



Handelshøyskolen BI

GRA 19204 Masteroppgave i regnskap og revisjon

Thesis Master of Science 100% - W

Predefined Information

Start date:	09-01-2023 09:00 CET	Term:	202320
End date:	01-12-2023 12:00 CET	Grading scale:	Norwegian 6-point scale (A-F)
Examination type:	T		
Flow code:	202320 22795 IN17 W T		
Internal assessor:	(Anonymised)		

Name:

Karan Singh

Information from participant

Title *: Konsekvenser av ny teknologi i regnskapbransjen

Name of supervisor *: Roy Kristen Kristensen

**Does the submission
contain confidential
material?:** No

**Can the submission be
made public?:** Yes

Førord

Denne masteroppgaven er skrevet som en avsluttende oppgave i det toårige masterprogrammet regnskap og revisjon ved Handelshøyskolen BI, Oslo. Arbeidet med denne oppgaven har vært utfordrende, men samtidig en utrolig lærerik prosess.

Jeg ønsker å takke veileder Roy Kristen Kristensen for gode råd, veiledning, tilbakemeldinger, og et godt samarbeid. I tillegg ønsker å takke alle informantene som hadde anledning til å stille opp for intervju, og som bidro med erfaringer og kunnskap som ligger til grunn for denne oppgaven.

Til slutt vil jeg rette en stor takk til kollegaer, venner og familie som har støttet og motivert meg gjennom hele prosessen.

Oslo, 30. November 2023

Karan Singh

Sammendrag

Ny teknologi fører til digitalisering og automatisering av regnskapsførers arbeidsoppgaver. Det har reist spørsmål om hva som vil skje med regnskapsselskaper og regnskapsførere i fremtiden. Formålet i denne oppgaven har vært å undersøke nærmere hvilke konsekvenser ny teknologi har innenfor regnskapsbransjen, og da spesielt innenfor regnskapsselskaper og regnskapsførers rolle. På bakgrunn av dette har det i oppgaven blitt undersøkt hvilke utfordringer regnskapsselskaper står ovenfor på bakgrunn av ny teknologi, hvilke muligheter ny teknologi skaper for regnskapsselskaper, og hvordan regnskapsførers rolle endres på bakgrunn av ny teknologi.

Det ble gjennomført dybdeintervjuer med ti informanter fra regnskapsbransjen. På grunnlag av disse intervjuene ble det identifisert utfordringer knyttet til prismodell, kompetanse, konkurransesituasjon, og tillit og holdninger. I tillegg ble det identifisert muligheter relatert til tjenesteleveranse, grønt skifte, og kunstig intelligens (AI). Funnene i denne oppgaven konkluderer at ny teknologi vil gi regnskapsførerne gode hjelpeverktøy som de kan ta i bruk, og regnskapsførers rolle vil endre seg til å bli mer en kontrollør og rådgiver.

De identifiserte utfordringene og mulighetene ble knyttet opp mot relevant teori og tidligere forskning, som i hovedsak gjaldt forretningsstrategi om hvordan bedrifter kan lykkes med digitalisering. For regnskapsselskapene vil det i tiden fremover være svært avgjørende å jobbe med forretningsstrategi for å lykkes med digitalisering. Ny teknologi vil føre til endringer i prosesser og tjenester, og det vil lede til en endring av forretningsmodeller. Regnskapsselskapene er nødt til å tilpasse, eller fundamentalt endre sin forretningsmodell for å kunne holde seg konkurransedyktig.

Innholdsfortegnelse

Forord	1
Sammendrag	2
1.0 Innledning	6
1.1 Bakgrunn	6
1.2 Problemstilling	6
1.3 Avgrensning	7
1.4 Oppgavens oppbygning	7
2.0 Teori	8
2.1 Regnskapsbransjen	8
2.1.2 Regnskapsselskaper	9
2.1.3 Regnskapsfører	10
2.1.4 Rutinebaserte- og rådgivningsoppgaver.....	11
2.2 Digitalisering i regnskapsbransjen	11
2.2.1 Skybaserte systemer	12
2.2.2 EHF	13
2.2.3 API.....	13
2.2.4 RPA.....	14
2.2.5 Kunstig intelligens (AI)	14
2.3 Digitalisering i bedrifter	15
2.4 Muligheter og utfordringer.....	16
2.5 Digitaliseringskanvas.....	17
3.0 Metode	20
3.1 Forskningsdesign	20
3.1.1 Casestudie.....	21
3.2 Innsamling av data	21
3.2.1 Intervju.....	22
3.2.2 Intervjuguide.....	22
3.2.3 Utvalg av informanter.....	23
3.2.4 Gjennomføring.....	25
3.4 Analyse av data	26
3.5 Validitet og reliabilitet	27
4.0 Resultat	28
4.1 Digitalisering i regnskapsbransjen	28
4.1.1 Skybaserte systemer	28
4.1.2 EHF Fakturaer	29
4.1.3 Annen ny teknologi.....	30

4.1.4 Kunstig intelligens.....	31
4.1.5 Driverne for ny teknologi.....	31
4.2 Utfordringer.....	32
4.2.1 Prismodell.....	33
4.2.2 Kompetanse.....	34
4.2.3 Konkurransesituasjonen.....	35
4.2.4 Tillit og holdninger.....	36
4.3 Muligheter.....	36
4.3.1 Tjenesteleveranse.....	36
4.3.2 Grønt skifte.....	37
4.3.3 Kunstig intelligens.....	38
4.4 Regnskapsførers rolle.....	39
4.5 Digitaliseringskanvas.....	40
5.0 Diskusjon.....	41
5.1 Digitale endringer i regnskapsbransjen.....	41
5.2 Utfordringer.....	43
5.3 Muligheter.....	48
5.3.1 Oppsummering utfordringer og muligheter.....	53
5.4 Regnskapsførers rolle.....	54
5.5 Digitaliseringskanvas.....	56
6.0 Avslutning.....	58
6.1 Konklusjon.....	58
6.2 Svakheter med oppgaven.....	59
6.3 Videre forskning.....	59
Litteraturliste.....	61
Vedlegg.....	65
Vedlegg nr. 1 Intervjuguide.....	65
Vedlegg nr. 2 Godkjenning fra NSD.....	67
Vedlegg nr. 3 Samtykkeskjema.....	68

Figuroversikt

Figur 1: De 10 største regnskapselskapene i Norge, målt i omsetning.....	10
Figur 2: Rammeverk for å forstå digitalisering, Unruh og Kiron (2017)	12
Figur 3: Strategiske nivåer for digitalisering (Stief, Eidhoff & Voeth, 2016).....	15
Figur 4: Hvordan digital teknologi påvirker virksomheter, Andersen og Sannes (2018)..	18
Figur 5: Digitaliseringskanvas, Andersen og Sannes (2018)	19

Tabelloversikt

Tabell 1: Muligheter og utfordringer (Stief, Eidhoff & Voeth, 2016).....	17
Tabell 2: Informantliste	25
Tabell 3: Oppsummering i tabellform nr.1	28
Tabell 4: Oppsummering i tabellform nr.2	32
Tabell 5: Oppsummering i tabellform nr.3	36
Tabell 6: Digitaliseringskanvas for regnskapsbransjen	40
Tabell 7: Oppsummering muligheter og utfordringer	54

1.0 Innledning

I dette kapitlet presenteres bakgrunn for valg av tema, og deretter problemstillingen. Til slutt presenteres oppgavens avgrensninger og videre oppbygning.

1.1 Bakgrunn

Ny teknologi fører til digitalisering og automatisering av regnskapsførers oppgaver. Det skjer mye digitalisering og automatisering, nærmest en digital transformasjon (Gustavsen, Baksaas og Nesbakk, 2019). De rutinepreget og repetitive arbeidsoppgavene som tradisjonell bokføring og dokumenthåndtering er i ferd med å bli helautomatisert. Det har reist spørsmål om hva som vil skje med regnskapsselskaper og regnskapsførere i fremtiden. Det er ikke mange år siden at det ble sagt at regnskapsføreren ville forsvinne fordi arbeidsoppgavene ville bli automatisert (Pajarinen, Rouvinen og Ekeland, 2015; Bye og Næsheim, 2016). Likevel ser vi at dette ikke har vært tilfellet. Ny teknologi har vært med på å automatisere oppgaver, men det har i tillegg skapt nye muligheter for regnskapsførere og regnskapsselskaper (Regnskap Norge, 2022).

Regnskapsførere og regnskapsselskaper finnes i dag og vil finnes i lang tid fremover. Likevel er det store endringer i regnskapsbransjen på grunn av ny teknologi, og på bakgrunn av dette ønsker jeg å undersøke nærmere hvilke konsekvenser ny teknologi har innenfor regnskapsbransjen, og da spesielt innenfor regnskapsselskaper og regnskapsførers rolle. De fleste artiklene som omhandler regnskapsbransjen og teknologi skriver ofte om de positive sidene ved teknologien, og i liten grad om mulige negative faktorer, eller de utfordringene regnskapsselskaper og regnskapsførere faktisk står ovenfor i møte med det digitale skiftet. Jeg ønsker derfor å analysere og forske på dette fra regnskapsselskaper og regnskapsføreres perspektiv.

1.2 Problemstilling

Med bakgrunn i det som ble presentert ovenfor, har jeg utformet følgende problemstilling:

«Hva er konsekvensene av ny teknologi innenfor regnskapsbransjen?»

For å besvare problemstillingen er det formulert tre forskningsspørsmål. Disse vil være med på å støtte og spesifisere hovedfokuset i denne oppgaven. I tillegg vil disse være med på å trekke frem relevant informasjon fra dybdeintervjuene og analysen. Forskningsspørsmålene som er utformet er som følgende:

- 1. Hvilke utfordringer står regnskapsselskaper ovenfor på bakgrunn av ny teknologi?*
- 2. Hvilke muligheter skaper ny teknologi for regnskapsselskaper?*
- 3. Hvordan endres regnskapsførers rolle seg på bakgrunn av ny teknologi?*

1.3 Avgrensning

På grunn av tid og ressurser er det behov for å sette noen avgrensninger. Det er viktig at leser er informert om disse. Forskningsspørsmålene ovenfor er med på å avgrense oppgaven. Hovedfokuset i denne oppgaven vil være mot eksterne regnskapsselskaper og regnskapsførere som er statsautoriserte. Det betyr at interne regnskapsavdelinger i næringsvirksomheter eller offentlig sektor ikke er inkludert. Oppgaven er avgrenset til å omhandle regnskapsbransjen i Norge. Det kan være noe begrenset litteratur i Norge, og det vil derfor ved behov henvises til engelsk litteratur. Teknologi kan være mye, og fokuset i denne oppgaven vil være på teknologi som allerede er godt kjent i regnskapsbransjen, eller som det jobbes aktivt med å utvikle pr dags dato.

1.4 Oppgavens oppbygning

I kapittel 2 presenteres teori og litteratur som er relevant for tema og problemstillingen i denne oppgaven. I kapittel 3 redegjøres det for anvendt metode som er benyttet for å samle inn data, slik at leseren får innsikt og forståelse for de valgene som har blitt tatt for å kunne løse denne oppgavens problemstilling. I kapittel 4 presenteres resultat og funn fra datainnsamlingen som vil være relevant for videre analyse og diskusjon. I kapittel 5 analyseres og diskuteres funnene opp mot forskningsspørsmålene for å komme fram til en konklusjon, og i kapittel 6 redegjøres konklusjonen for problemstillingen.

2.0 Teori

I dette kapitlet presenteres teori og litteratur som er relevant for tema og problemstillingen. Det som presenteres i dette kapitlet vil danne det teoretiske grunnlaget for å kunne diskutere forskningsspørsmålene og resultatet.

2.1 Regnskapsbransjen

I likhet med andre bransjer er også regnskapsbransjen i endring på grunn av ny teknologi. Det er ikke mange år siden at regnskapsbransjen ble spådd nedover, men teknologi, digitalisering og automatisering har vært med på å skape nye muligheter for regnskapsbransjen. I 2020 hadde bransjen en omsetning på ca. 18,5 milliarder kroner (Regnskap Norge, 2021, s. 10). Det tilsvarer en økning på ca. 7% sammenlignet med året før. I 2021 hadde bransjen en omsetning på ca. 19,6 milliarder (Regnskap Norge, 2023). Det tilsvarer en økning på ca. 6,1% sammenlignet med året før. Fra 2014 til 2021 har omsetningsveksten vært på ca. 32% (Regnskap Norge, 2023). Omsetningsveksten i bransjen de siste årene er med på å fastslå at alle påstander om at regnskapsbransjen var på vei ned er feilslått.

Over 400 000 små og mellomstore bedrifter i næringslivet benytter i dag eksterne regnskapsførere (Regnskap Norge, 2023). Det vil si at regnskapsbransjen leverer tjenester til ca. 70% av norsk næringsliv. Denne statistikken er med på å synliggjøre viktigheten og betydningen av regnskapsbransjen i Norge. For mange små bedrifter fungerer regnskapsførere som deres viktigste rådgivere og økonomisjef/økonomiavdelinger. Ved å benytte en ekstern regnskapsfører har bedrifter mulighet til å ha fokus på sin kjernevirksomhet. En annen årsak til at regnskapsbransjen er av stor verdi for norsk næringsliv er at det er mange lovkrav, standarder og rapporteringer som er lovpålagt av myndighetene som må ivaretas. Spesielt i forbindelse med innrapportering av skatter og avgifter. Også her utøver regnskapsbransjen en svært viktig rolle.

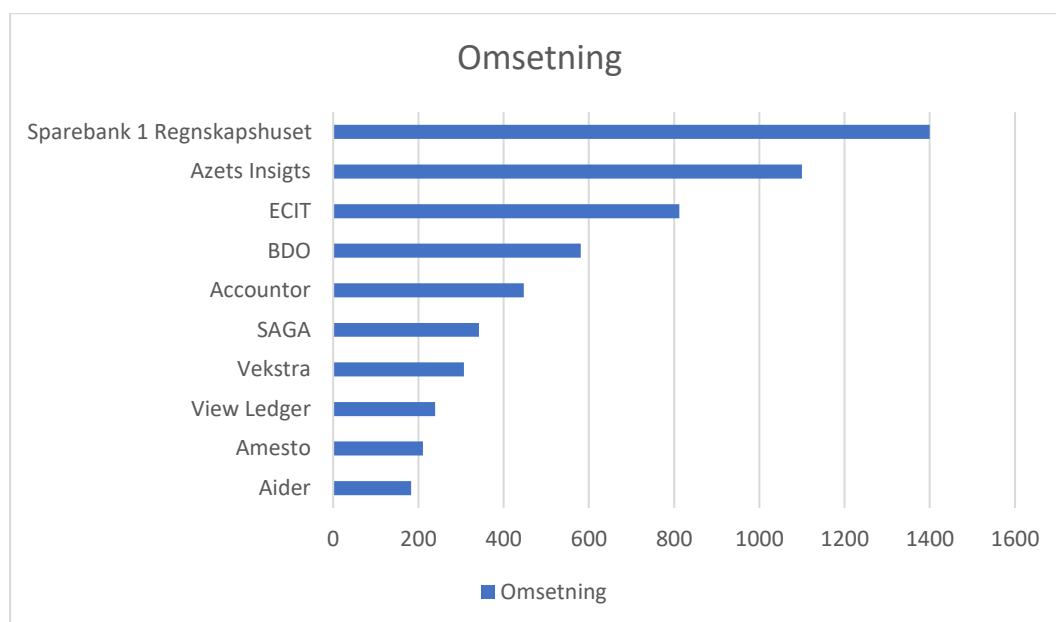
Regnskapsbransjen er et lovregulert yrke. Utøvelsen av yrket er styrt av lovbestemmelsene i regnskapsførerloven, og setter blant annet krav om autorisasjonsplikt. I henhold til regnskapsførerloven § 5-4 skal regnskapsoppdrag utføres i samsvar med god regnskapsførersikk. Hva som anses som god regnskapsførerskikk er angitt i standarden for god regnskapsførerskikk (GRFS).

Videre i henhold til lovbestemmelsene i Finanstilsynsloven § 1 skal Finanstilsynet føre tilsyn av statsautoriserte regnskapsførere og regnskapsselskaper. Formålet er å kontrollere og sikre at statsautoriserte regnskapsførere og regnskapsselskaper praktiserer på en hensiktsmessig og betryggende måte i samsvar med regnskapsførerloven, god regnskapsførerskikk, og annen relevant lovgivning og forskrifter. Finanstilsynet kan gjennomføre de undersøkelsene som de finner nødvendig, og både regnskapsførere og regnskapsselskaper er pliktig til å legge frem alle opplysninger som eventuelt tilsynet krever. Regnskapsbransjen har en stor samfunnsøkonomisk betydning, og gjennom tilsyn ivaretas forbrukernes interesser og rettigheter.

2.1.2 Regnskapsselskaper

Det er i dag registrert over 2000 autoriserte regnskapsselskaper i Norge (Finanstilsynet, 2023). De vanligste tjenestene som blir levert av et regnskapsselskap er bokføring, regnskap, lønn, fakturering, årsregnskap og skattemelding. For å kunne føre regnskap for andre i næring er det lovpålagt om autorisasjonsplikt etter regnskapsførerloven. Det betyr at retten til å selge regnskapstjenester må godkjennes av Finanstilsynet. Vilklårene for å oppfylle kravet som statsautorisert regnskapsførerselskap er opplistet i regnskapsførerloven §2-2: *Virksomhetens formål skal være å føre regnskap for andre, virksomheten skal være i stand til å oppfylle sine forpliktelser etter hvert som de forfaller, og styremedlemmer, eiere og de som står for den daglige ledelsen må oppfylle vilklårene i regnskapsførerloven §3-3 om å være skikket.*

De ti største regnskapsselskapene i Norge har en markedsandel på ca. 33% (Regnskap Norge, 2022). Blant disse finner vi store regnskapsselskaper som Azets, ECIT, BDO, Sparebank 1 Regnskapshuset, og Accountor. Mange av disse regnskapsselskapene har brukt en oppkjøpsstrategi aktivt de seneste årene for å vokse og ta markedsandeler. Hvis regnskapsbransjen sammenlignes mot for eksempel revisjonsbransjen hvor det er noen få store aktører som har store markedsandeler, så er fortsatt regnskapsbransjen fragmentert og består i hovedsak av mange små aktører (Grandal, 2023). Tabellen under viser de ti største regnskapsselskapene i Norge, målt i omsetning (tall i million) (Regnskap Norge, 2022).



Figur 1: De 10 største regnskapselskapene i Norge, målt i omsetning.

2.1.3 Regnskapsfører

Det er i dag registrert over 12.000 statsautoriserte regnskapsførere i Norge (Finanstilsynet, 2023). I tillegg finnes det en stor andel som jobber med regnskap uten å være autoriserte. I 2021 var det ca. 16.500 sysselsatte i regnskapsbransjen (Regnskap Norge, 2023). Hvert oppdrag hos et regnskapselskap skal ha utpekt en statsautorisert regnskapsfører som oppdragsansvarlig. Den oppdragsansvarlige har det overordnet ansvaret og skal utføre alle lovpålagte oppgaver som kun kan gjennomføres av en statsautorisert regnskapsfører. Det betyr at en ikke statsautorisert regnskapsfører kan jobbe med løpende regnskapsoppgaver, men ikke stå som ansvarlig for ett oppdrag.

Vilkårene for å oppfylle kravet som statsautorisert regnskapsfører er opplistet i regnskapsførerloven §2-3, og §3-1 til §3-3: Det er krav om å være bosatt i en EØS-stat, være økonomisk vederheftig, ha hederlig vandel, ikke være mindreårig eller fratatt rettslig handleevne etter vergemålsloven, oppfylle utdanningskrav i henhold til forskrift, og oppfylle 3 års praksiskrav i henhold til forskrift. I tillegg er en statsautorisert regnskapsfører pliktig til å enhver tid kunne dokumentere tilstrekkelig etterutdanning i henhold til forskrift.

2.1.4 Rutinebaserte- og rådgivningsoppgaver

I regnskapsbransjen kan det skilles mellom de rutinebaserte arbeidsoppgavene og rådgivningsoppgaver. Det en ofte forbinder en regnskapsfører med er ofte de mer tradisjonelle rutinebaserte oppgavene som for eksempel bokføring, remittering, fakturering, avstemming, årsregnskap og lønnskjøring. Dette er oppgaver som tidligere i stor grad ble utført manuelt og var tidskrevende, men har gjennom de senere årene blitt mer automatisert og digitalisert. Fortsatt jobbes det aktivt med å automatisere og digitalisere disse typer oppgaver, og det er fortsatt en stund til disse blir helautomatisert.

I tillegg til de rutinebaserte arbeidsoppgavene utfører en regnskapsfører en rekke rådgivningsoppgaver. Det kan være oppgaver som for eksempel kundemøter, rådgivning, stiftelser, rapportering, samordnet registermeldinger, og vurderinger av tappt inntekt og varelager. Rådgivningsoppgave er ikke like lett å digitalisere. Det skyldes i stor grad at disse oppgavene krever skjønnsmessige vurderinger. Det handler om å forstå bransjen til kunden, selskapets visjon og mål, i tillegg til samfunnsansvar og bærekraft.

2.2 Digitalisering i regnskapsbransjen

Ny teknologi fører til digitalisering av regnskapsbransjen. De rutinepreget og repetitive arbeidsoppgavene som tradisjonell bokføring og dokumenthåndtering er i ferd med å bli helautomatisert. Ny teknologi har vært med på å automatisere og effektivisere oppgaver, men det har i tillegg skapt nye muligheter i regnskapsbransjen. Andersen og Sannes (2018) forklarer digitalisering som en transformativ prosess der noe blir digitalt. I organisasjonsmessig sammenheng definerer Andersen og Sannes (2018) digitalisering som:

«Transformasjonen fra at IT er et støtteverktøy i virksomheten til at det er en del av dens DNA. Det betyr at forretningsmodell og -praksis samt organisasjon og prosesser er designet for å utnytte dagens og morgendagens teknologi.»

Begrepet digitalisering brukes bredt og i mange ulike sammenheng. Det er derfor behov for en mer presis avgrensning for å forstå digitalisering. Unruh og Kiron (2017) har utviklet et rammeverk for å forstå digitalisering, hvor de skiller mellom tre transformativ nivåer: prosessnivå, organisasjonsnivå og samfunnsnivå. Disse

tre nivåene er tre forskjellige typer av digitalisering i seg selv: digitizing, digitalisering, og digital transformasjon.



Figur 2: Rammeverk for å forstå digitalisering, Unruh og Kiron (2017)

«Digitizing» er å transformere noe fra analogt til digitalt, mens «digitalisering» er å endre forretningsmodeller og prosesser ved å utnytte digitizing og digitale muligheter (Unruh og Kiron, 2017). De endringene som skjer i økonomi, institusjoner og samfunn basert på digitizing og digitalisering, har Unruh og Kiron (2017) beskrevet som «digital transformasjon».

I de neste delkapitlene presenteres et utvalg av teknologi som de siste årene har vært med på å digitalisere regnskapsbransjen, og som er viktig å forstå for videre analyser og diskusjon.

2.2.1 Skybaserte systemer

«Skybasert» er en metafor for internett, og konseptet «skybaserte systemer» var for første gang introdusert av Ping og Xuefeng i 2011 (Khanom, 2017).

Tradisjonelle regnskapssystemer er vanligvis installert og lagret på brukerens datamaskin, eller installert på en server. Skybaserte regnskapssystemer derimot er tilgjengelig gjennom internettilgang.

Skybaserte systemer har hatt en betydelig innvirkning på digitalisering av regnskapsbransjen i Norge. Ved å benytte seg av regnskapssystemer som er skybaserte har regnskapsførere og bedrifter oppnådd en rekke fordeler (Ali, Nasr, Geith, 2017). For det første har skybaserte løsninger gjort det mulig å få tilgang til regnskapssystemet fra hvor som helst og når som helst, så lenge det finnes internettilgang (Khanom, 2017). Dette har økt fleksibiliteten og produktiviteten til regnskapsførere. Videre har skybaserte løsninger gjort det enklere og sikrere, å dele regnskapsinformasjon mellom ulike parter, og har dermed fremmet samarbeid og kommunikasjon på tvers av geografiske steder. I tillegg har

skybaserte løsninger gjort det enklere å lagre og behandle store mengder regnskapsdata. Dette har ført til mer effektive og pålitelige regnskapsprosesser.

2.2.2 EHF

EHF er en forkortelse for «Elektronisk Handelsformat» som er en standard for elektronisk mottak, utsendelse og behandling av fakturaer og kreditnotaer (Digitaliseringsdirektoratet, 2023). Dette skjer i form av XML-filer som sendes fra et aksesspunkt til et annet. Mottaker og avsender kan selv velge hvilket aksesspunkt de vil benytte. Aksesspunkt er koblet til et felles PEPPOL-infrastruktur som sender og mottar elektroniske dokumentert basert på et unikt organisasjonsnummer. En virksomhet må derfor registrere seg med sitt organisasjonsnummer hos en leverandør som tilbyr denne tjenesten. Introduksjonen av EHF har digitalisert og effektivisert fakturaprosessen ved å eliminere behovet for manuell håndtering, redusert papirarbeid, og gir enklere sporbarhet av fakturaer. EHF-Faktura gjør det enklere for bedrifter og offentlige virksomheter å sende, motta, og behandle fakturaer raskt og nøyaktig.

2.2.3 API

API er en forkortelse for det engelske begrepet «Application Programming Interface», og på norsk kan det oversettes til «programmeringsgrensesnitt». Enkelt fortalt er API en nøkkel som tillater to forskjellige elektroniske systemer å kommunisere sammen (Sandvik, 2019). Sett i forbindelse med regnskapssystemer, kan API brukes til å koble på forskjellige systemer, som for eksempel betalingsløsninger, faktureringssystemer, og lagersystem, for å automatisere og effektivisere regnskapsprosesser. Tidligere var det vanlig å kjøre ut rapporter fra et eksternt system for å deretter kunne taste det manuelt inn i et regnskapssystem. I senere tid ble det mulig å hente ut eksportfiler som kunne leses inn i et regnskapssystem ved få enkle tastetrykk. I dag er det mulig å heller opprette en API-integrasjon som får regnskapssystemet til å kommunisere direkte med det eksterne systemet. På denne måten automatiseres og effektiviseres regnskapsførerens jobb, samtidig som risikoen for menneskelige feil reduseres.

2.2.4 RPA

RPA er en forkortelse for det engelske begrepet «Robotic Process Automation», og på norsk kan det oversettes til «Robotisk prosessautomatikk». Teknologien går ut på å ta i bruk programvarerobot som tar over arbeidsoppgaver som tidligere ble utført manuelt av en regnskapsfører (Osmundsen og Iden, 2019). RPA egner seg best for de repetitive, standardiserte og rutinebaserte oppgavene. Ved å implementere RPA i regnskapsbransjen, automatiseres og effektiviseres regnskapsførerens jobb, samtidig som det gir økt nøyaktighet i regnskapsprosesser. En programvarerobot vil utføre oppgaver nøyaktig som en vanlig regnskapsfører. Det betyr at programvareroboten får en egen brukerkonto, passord, epost, og utfører arbeidsoppgaver likt som en regnskapsfører ville ha gjort (Osmundsen og Iden, 2019). Fordelen er at programvareroboten vil utføre arbeidsoppgavene raskere og mer effektivt.

2.2.5 Kunstig intelligens (AI)

Kunstig intelligens (AI) har i 2023 vært et populært tema, uavhengig av bransje, alder eller interesser. Det skyldes i stor grad fordi kunstig intelligens har blitt tilgjengelig for allmennheten det siste året. Det finnes flere definisjoner på hva kunstig intelligens er. Regjeringen (2023) definerer kunstig intelligens som følgende:

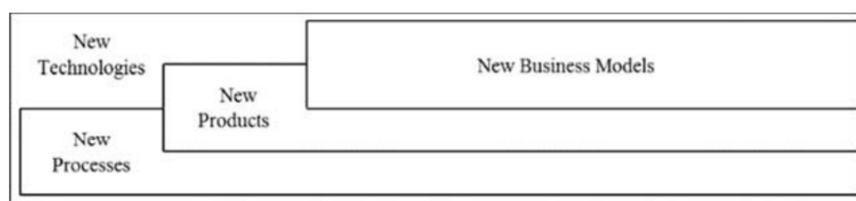
«kunstig intelligens systemer utfører handlinger, fysisk eller digitalt, basert på tolkning og behandling av strukturerte eller ustrukturerte data, i den hensikt å oppnå et gitt mål. Enkelte KI-systemer kan også tilpasse seg gjennom å analysere og ta hensyn til hvordan tidligere handlinger har påvirket omgivelsene.»

I regnskapsbransjen er det kunstig intelligens i form av maskinlæring som brukes mest i dag, spesielt innen behandling av inngående fakturaer (Ellefsen, 2022). Dette skjer i form av at egne AI-systemer, for eksempel Propell.AI og Semine, som kobler seg til regnskapssystemer (via API) for å håndtere inngående fakturaer. Hensikten er at AI-systemet skal lære seg å gjenkjenne fakturaene (maskinlæring) og på sikt kunne kjøre gjennom uten at en regnskapsfører kontrollerer fakturaen. Ellefsen (2022) trekker også frem at det på sikt vil komme flere anvendelsesområder, for eksempel analyse av regnskapet for å hjelpe regnskapsfører i sin dialog med kunden. Kunstig intelligens vil kunne

automatisere og effektivisere arbeidsoppgaver som datainnsamling, avstemminger og analyse, samtidig vil også kunstig intelligens kunne analysere store datamengder for å avdekke avvik og mulige feil (Smith, 2018).

2.3 Digitalisering i bedrifter

Stief, Eidhoff & Voeth (2016) har gjennomført en forskning om digitalisering i bedrifter. Resultatet av forskningen indikerer at digitalisering er en uunngåelig oppgave for alle bedrifter, på grunn av potensialet til å optimalisere og omforme etablert forretningspraksis og forretningsmodeller, og dermed kan ses på som en strategi for forretningsutvikling. Ved å ta i bruk nye digitale teknologier kan bedrifter holde seg konkurransedyktig og fremme nytt vekstpotensial. Stief, Eidhoff & Voeth (2016) identifiserer fremveksten av ny teknologi som hoveddriveren for digitalisering i bedrifter, og som skjer på tre strategiske nivåer i bedriften: prosesser, produkter, og forretningsmodeller.



Figur 3: Strategiske nivåer for digitalisering (Stief, Eidhoff & Voeth, 2016).

Det første strategiske nivået er prosesser. Digitalisering vil ha en stor påvirkning på både de interne prosessene i en bedrift, og de eksterne prosessene.

Digitalisering er ofte sett på som muligheten for å revidere prosessene i en bedrift, i tillegg til å utvikle helt nye prosesser (Stief, Eidhoff & Voeth, 2016). Det andre strategiske nivået på hvordan bedrifter gjennomfører digitalisering er gjennom produkter. Først og fremst handler det om å utvikle og forbedre eksisterende produkter med hjelp av digitale tjenester og teknologi, for å oppnå høy kvalitet og kundetilfredshet. I tillegg handler det om å utvikle nye produkter, og sikre en komplett produktportefølje. For å lykkes med dette strategiske nivået er det avhengig av å ha gjennomført endringer i prosesser (Stief, Eidhoff & Voeth, 2016). Det tredje strategiske nivået på hvordan bedrifter gjennomfører digitalisering er gjennom å endre forretningsmodeller. Ny teknologi vil føre til

endringer i prosesser og produkter, og det vil lede til en total endring av forretningsmodeller. Stief, Eidhoff & Voeth (2016) konkluderer i sin forskning at i fremtiden vil alle bedrifter måtte tilpasse, eller fundamentalt endre sin forretningsmodell for å kunne holde seg konkurransedyktig.

2.4 Muligheter og utfordringer

Stief, Eidhoff & Voeth (2016) konkluderer i sine studier at digitalisering skaper mange muligheter for bedrifter, men at det samtidig oppstår mange utfordringer for å lykkes med mulighetene som digitalisering medbringer. Stief, Eidhoff & Voeth (2016) deler muligheter og utfordringer i fem kategorier:

Markedsorienterte, prosessorienterte, teknologiorienterte, produktorienterte, og bedriftsorienterte.

Markedsorienterte muligheter og utfordringer knytter seg både til kunder og marked. For eksempel kundelojalitet, markedsposisjon og nye konkurrenter. Prosessorienterte muligheter og utfordringer knytter seg til interne prosesser og rutiner. Teknologiorienterte muligheter og utfordringer knytter seg til bruken av ny teknologi og kunnskap til ny teknologi. Produktorienterte muligheter og utfordringer kan for eksempel være i forbindelse med produktinformasjon, levetid, og produkt service. Bedriftsorienterte muligheter og utfordringer knytter seg til alt innenfor organisasjonen, for eksempel forretningsmodell, bedriftskultur, organisatoriske endringer, kompetanse, og samarbeid mellom ansatte. Tabellen under er oversatt fra engelsk og gjenspeiler tabellen som Stief, Eidhoff & Voeth (2016) satte opp i sin studie for å illustrere muligheter og utfordringer for bedrifter i forbindelse med digital transformasjon i organisasjoner.

Markedsorientert	Muligheter	Utfordringer
	<ul style="list-style-type: none"> - Økt kundelojalitet - Styrket kundeforhold - Mulighet til å lage bedre tilbud - Økt synlighet i markedet - Markedsposisjon - Nye markedsområder - Konkurransesfortrinn 	<ul style="list-style-type: none"> - Tilpasning til kunders krav - Bruk av rett kommunikasjonskanal - Nye konkurrenter - Nye forretningsmodeller - Endringer i bransjen
Prossessorientert	Muligheter	Utfordringer
	<ul style="list-style-type: none"> - Raskere prosesser - Mer fleksible prosesser - Bedre arbeidsrutiner - Bedre ressursstyring - Verdikjede - Økt effektivitet 	<ul style="list-style-type: none"> - Økt kompleksitet - Behov for kontinuerlig utvikling - Endring av etablerte prosesser - Gå vekk fra tidligere struktur - Forholde seg til integrasjoner mellom flere systemer

Teknologiorientert	Muligheter	Utfordringer
	<ul style="list-style-type: none"> - Økt kvalitet i verdikjeden - Forbedring av forretningsaktiviteter 	<ul style="list-style-type: none"> - Manglende kompetanse for informasjonssystemer - Nyttan av teknologien er uforutsigbar - Krevende å utvikle IT-infrastruktur - Høye investeringskostnader - Utvikling av felles standarder
Produktorientert	Muligheter	Utfordringer
	<ul style="list-style-type: none"> - Forbedret produkt service 	<ul style="list-style-type: none"> - Produktforklaring - Redusert levetid for et produkt
Bedriftsorientert	Muligheter	Utfordringer
	<ul style="list-style-type: none"> - Utvikling av forretningsmodellen vil gi høyere inntjening - Bedre samarbeid mellom ansatte - Ressursbesparende - Besparelse av tid og penger 	<ul style="list-style-type: none"> - Bedriftskultur - Informere ansatte om digitalisering og konsekvenser av digitalisering - Skape aksept hos ansatte - Motstand og frykt fra ansatte - Endre det digitale tanke settet til den ansatte - Utvikle en brukbar digital strategi - Snakke et felles språk på tvers av avdelinger og roller - Manglende support fra ledelsen - Organisatoriske endringer - Datasikkerhet

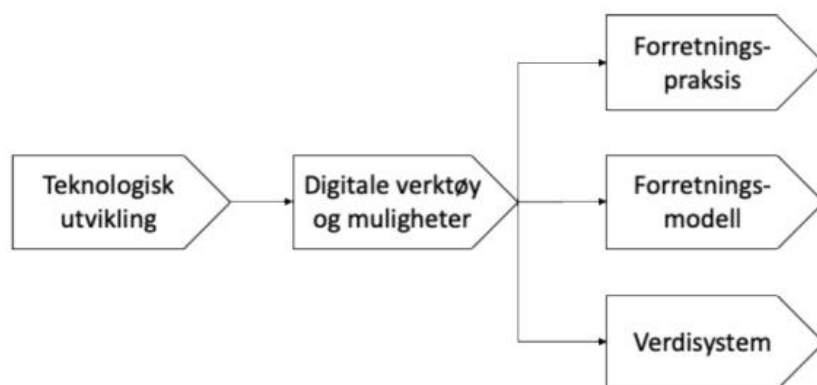
Tabell 1: Muligheter og utfordringer (Stief, Eidhoff & Voeth, 2016).

2.5 Digitaliseringskanvas

Digitaliseringskanvas er et rammeverk utviklet for å beskrive og analysere hvordan en virksomhet kan bli påvirket av teknologisk utvikling og digitalisering (Andersen og Sannes, 2018). Rammeverket ble utviklet av Andersen og Sannes (2018) for å gi ledere et verktøy for å kunne identifisere muligheter og trusler som følge av ny teknologi før de oppstår. Formålet er å gi en bedre forståelse av dette slik at ledere kan foreta informerte beslutninger om hvilke valg egen virksomhet skal ta, og hjelpe virksomheter med å tenke mer helhetlig når de innfører ny teknologi (Andersen og Sannes, 2018). Modellen ligner veldig på forskningene til Stief, Eidhoff & Voeth (2016) om tre strategiske nivåer som ble presentert i delkapittel 2.3.

Digitalisering er med på å skape nye digitale muligheter, som igjen påvirker forretningspraksis og forretningsmodeller (Unruh og Kiron, 2017). Ifølge Andersen og Sannes (2018) må virksomheter kontinuerlig tilpasse sin strategi med utgangspunkt i dette. Rammeverket digitaliseringskanvas er utviklet basert på denne tenkningen. Det vil først skje en teknologisk utvikling som vil skape nye

digitale verktøy og muligheter, som videre vil muliggjøre og fremtvinge endringer i forretningspraksis, forretningsmodeller og verdisystemer (Andersen og Sannes, 2018). Figuren under illustrerer dette.



Figur 4: Hvordan digital teknologi påvirker virksomheter, Andersen og Sannes (2018)

Forretningspraksis handler om hvordan virksomheter praktiserer bruk av digital teknologi i sine prosesser. Når det kommer ny teknologi, vil det fremtvinge endringer i forretningspraksis. Ofte har virksomheter en bestemt måte å gjøre ting på, men ved implementering av nye digitale verktøy må forretningspraksisen endres for å utnytte mulighetene som kommer med ny teknologi. Digitalisering for virksomheter handler i stor grad om å effektivisere prosesser og rutiner for å skape konkurransefortrinn og oppnå høyere produktivitet.

En forretningsmodell handler om hvordan virksomheten tjener penger. Når det kommer ny teknologi, blir virksomheten nødt til å gjøre en grundig analyse av sin forretningsmodell, for så å utføre nødvendig justeringer og endringer. Hvis ikke kan konkurransefortrinn svekkes. For eksempel i regnskapsbransjen er man nødt til å se på hvordan prismodulen bør være når arbeidsoppgaver blir mer og mer automatisert, for å opprettholde samme priser og inntekt.

Verdisystem handler om hvordan arbeidsoppgaver og ansvar fordeles mellom ulike aktører i næringslivet eller offentlige virksomheter (Andersen og Sannes, 2018). For eksempel i regnskapsbransjen er det i svært liten grad regnskapsselskapene selv som står for utvikling av teknologi, men i stedet eksterne teknologiselskaper.

Tabellen under er en grafisk fremstilling av digitaliseringskanvas og vil bli brukt i kapittel 4 for å plassere funn under de ulike kategoriene. I kapittel 5 vil tabellen bli diskutert opp mot problemstillingen og forskningsspørsmålene.

Teknologisk utvikling <hr/> Digitale verktøy og muligheter	Forretningspraksis	Effekt/Konsekvens
	Forretningsmodell	
	Verdisystem	

Figur 5: Digitaliseringskanvas, Andersen og Sannes (2018)

3.0 Metode

I dette kapitlet vil jeg redegjøre for anvendt metode som er benyttet for å løse denne oppgavens problemstilling. Metode handler å samle inn data om en forskning som skal gjennomføres. Det innebærer å samle inn informasjon, analysere og tolke informasjon som er innhentet for å løse problemstillingen (Ghauri, 2010). Med andre ord er det fremgangsmåten jeg har brukt, og det er dette som vil danne grunnlaget for videre analyser og diskusjon.

3.1 Forskningsdesign

Forskningsdesign er en overordnet plan på fremgangsmåten som benyttes for å løse oppgavens problemstilling, og bygger på forskningsmessig tilnærming og oppgavens formål. Forskning har ofte en deduktiv tilnærming eller en induktiv tilnærming (Ghauri, 2010). Ved deduktiv tilnærming tas det utgangspunkt i eksisterende teori for å løse forskningsspørsmålet (fra teori til empiri), mens induktiv tilnærming tar utgangspunkt i å utvikle ny teori basert på analysert data (fra empiri til teori). Det er også mulig å kombinere disse to tilnærmingene, altså en tredje tilnærming kjent som abduksjon. Videre kan forskningsdesign ifølge Ghauri (2010) deles inn i tre typer: eksplorativ design (utforskende), deskriptiv design (beskrivende) og kausal design (årsaks-virkningssammenheng).

Eksplorativ design benyttes når hensikten er å forklare eller forstå et fenomen eller problem. Deskriptiv design benyttes når hensikten er å beskrive et fenomen eller problem, og kausal design benyttes når hensikten er å forklare en årsaks-virkningssammenheng.

I denne oppgaven er det anvendt en induktiv tilnærming (fra empiri til teori). Det skyldes at det finnes lite teori og forskning om problemstillingen fra tidligere. Det gjør det også derfor hensiktsmessig å ta i bruk eksplorativ design (utforskende). Eksplorativ design passer godt når det er lite forskning om teamet fra tidligere (Johannessen, 2021). Denne kombinasjonen av tilnærming og design gir meg muligheten til å få ny innsikt og forståelse av teamet i henhold til problemstillingen. Etter min mening, vil dette kunne øke kunnskapen min om temaet for å avgjøre hvorfor og hvordan ting skjer.

3.1.1 Casestudie

I denne oppgaven tar jeg i bruk et casestudium for å besvare problemstillingen. Et casestudium går ut på å utføre en empirisk undersøkelse av et spesielt fenomen eller problem (Saunders, 2019). Det innebærer å innhente mest mulig informasjon om et bestemt fenomen, i dette tilfellet hvilke konsekvenser ny teknologi har for regnskapsbransjen. Da jeg ønsker en dyp og helhetlig forståelse av problemstillingen, passer en slik strategi godt. Casestudiet vil ta utgangspunkt i kvalitativ metode. Det vil bli gjennomført dybdeintervju med hensikt om å gå i dybden og få ut mest mulig informasjon fra den aktuelle informanten.

Videre skilles det mellom enkelt- og flercasestudie. I en enkeltcasestudie er formålet å undersøke en enkelt sak opp mot et fenomen, mens i en flercasestudie undersøkes flere forskjellige saker av samme fenomen opp mot hverandre (Johannessen 2021). I denne oppgaven undersøkes hva som er konsekvensene av ny teknologi innenfor regnskapsbransjen. Det har derfor vært viktig å ha et bredt utvalg av informanter med ulike roller, men som alle står overfor det samme fenomenet. Etter min mening, vil dette kunne øke min forståelse for fenomenet sett fra flere perspektiver. Det ble dermed valgt å ta i bruk en flercasestudie.

3.2 Innsamling av data

Ifølge Saunders (2019) er det to hovedkategorier for innsamling av data, kvantitativ og kvalitativ metode. Hovedforskjellen mellom disse er hvordan data er generert, og hvilken metode som velges avhenger av problemstilling og oppgavens formål. Kvantitativ metode går ut på å kvantifiseres problemet i form av tallstørrelser og data til systematisk brukbar statistikk (Saunders, 2019). Dette kan for eksempel være spørreundersøkelser. Kvalitativ metode går ut på å innsamle data for å bygge forståelse og tolkning av et problem og sammenhenger (Saunders, 2019). Dette kan for eksempel være intervjuer og observasjoner.

Det skilles mellom primærdata og sekundærdata. Kort fortalt er primærdata informasjon som er innhentet på egenhånd, og sekundærdata er informasjon som er innhentet av andre (Saunders, 2019). I denne oppgaven innhentes primærdata gjennom dybdeintervju. Ved å benytte denne metoden får jeg samlet inn informasjon og data som knytter seg direkte til tema og problemstillingen i denne oppgaven. Utfordringen med primærdata er at det kan være arbeids- og

tidskrevende å innhente. Dette har blitt løst med tidlig planlegging og gode forberedelser. Det er likevel ikke tilstrekkelig å basere forskningen på kun primærdata. Det er derfor blitt innhentet sekundærdata i form av artikler, bøker, undersøkelser, og tidligere masteroppgaver. Det ble gjennomført et grundig litteratursøk, og relevant teori og litteratur ble presentert i kapittel 2.

3.2.1 Intervju

Et intervju kan struktureres på tre former: ustrukturert, strukturert, og semi-strukturert intervju (Johannessen, 2021). Ved gjennomføring av et ustrukturert intervju har informanten kun fått utdelt tema på forhånd og spørsmålene stilles underveis, mens i et strukturert intervju er både tema og spørsmålene fastsatt på forhånd. Ved gjennomføring av et semi-strukturert intervju vil tema og spørsmål være utarbeidet på forhånd, men fordelene er at det samtidig gis rom for fleksibilitet slik at det kan stilles oppfølgingsspørsmål hvis det er behov. Ulempen med ustrukturert intervju er at det er en risiko for at forberedelsene ikke blir bra nok. Basert på kompleksiteten og omfanget av problemstillingen er vi nødt til å ha gode forberedelser. Ulempen med et strukturert intervju er at det begrenser muligheten til oppfølgingsspørsmål. Muligheten til å kunne følge opp med oppfølgingsspørsmål og ha den fleksibiliteten ser jeg på som en stor fordel, og valget falt derfor på semi-strukturert intervju. Det gir rom for å følge opp og gå i dybden på informasjonen som informanten formidler. Formålet med intervjuene vil være å få informantene til å åpne seg og dele sine meninger, erfaringer og kunnskap innenfor deres fagfelt og områder.

3.2.2 Intervjuguide

I planleggingsfasen før gjennomføring av dybdeintervjuene ble det utarbeidet en overordnet intervjuguide (se vedlegg 1, intervjuguide). Denne ble utarbeidet for å ha en struktur på intervjuene, og for å skape en rød tråd gjennom alle samtaler. Samtidig sikre at samtaler og spørsmålene holder seg innenfor tema. Etter å ha utført de to første intervjuene fikk jeg raskt et bredere bilde av tema, i tillegg til at jeg oppdaget noen svakheter ved intervjuguiden. Dermed oppstod det et behov for å justere og tilpasse intervjuguiden. Blant annet så jeg et behov for å legge inn

noen av oppfølgingsspørsmålene som en del av intervjuguiden. Etter dette var intervjuguiden stort sett lik for alle.

Hensikten var ikke å bruke intervjuguiden som en fasit, men heller som en veileder for gjennomføring av intervjuene. Der det var behov for å endre på rekkefølgen på spørsmål eller tema ble dette gjort. I noen tilfeller måtte jeg hoppe over enkelte spørsmål hvis jeg fikk inntrykk av at det var noe informant hadde lite erfaring med. Jeg tok meg også frihetene til å stille flere spørsmål, hvis jeg kom på noen underveis. Det bidro til å skape flyt i samtalen, og gå i dybden der det var naturlig. I tillegg var det behov for å tilpasse spørsmålene i forhold til hvem informanten var, og hvilken kunnskap informanten besitter. Det ble bevisst stilt åpne spørsmål slik at informanten hadde muligheten til å dele sine meninger, erfaringer og kunnskap innenfor deres fagfelt og områder. Alle informantene ble presentert tema på forhånd, slik at informantene kunne være bedre forberedt, og for å øke kvaliteten på intervjuene.

3.2.3 Utvalg av informanter

I denne masteroppgaven er det mennesker som er hovedkilden til data. Målet med intervjuene er å gå i dybden og få ut mest mulig informasjon fra den aktuelle informanten. Utvalg av informanter har derfor vært en av de viktigste oppgavene. Det å finne de rette informantene vil ha stor betydning for oppgaven. Et av de viktigste vurderingskriteriet som ble satt var om informanten besitter mye kunnskap og erfaringer omkring oppgavens problemstilling og tema. Det var vanskelig å vite på forhånd hvor stort det kvalitative utvalget burde være på. Ifølge Johannessen (2021) bør et utvalg være stort nok til å belyse problemstillingen, og at det ikke er noe øvre eller nedre grense for antall intervjuer. På bakgrunn av at dette er en masteroppgave med begrenset tid og ressurser, så har det vært nødvendig å begrense antall informanter. Det ble til sammen gjennomført ti individuelle dybdeintervjuer. Utvelgelsen har vært strategisk og nærmere forklart i de neste avsnittene.

Regnskap Norge er en bransjeforening for statsautoriserte regnskapsførere i Norge. De jobber tett sammen med sine medlemmer og har som mål å bidra til lønnsom vekst i regnskapsbransjen (Regnskap Norge, 2023). Foreningen tilbyr kurs til sine medlemmer, gjennomfører flere undersøkelser i bransjen hvert år,

blant annet en teknologiundersøkelse, samarbeider med systemleverandørene, og er opptatt av innspill til utvikling og endring av lover og regler. I tillegg til mye mer. Det er få som kjenner regnskapsbransjen bedre, og det ville vært dumt å skrive en oppgave om regnskapsbransjen uten å ha vært i kontakt med Regnskap Norge. Da veilederen min for denne oppgaven samarbeider tett med Regnskap Norge, fikk jeg anbefaling om hvem fra Regnskap Norge som burde kontaktes. Til intervju stilte to informanter fra Regnskap Norge. De som stilte var leder for teknologi og innovasjon, og fagansvarlig for analyse. Begge har mer enn 15 års erfaring fra bransjen, og derfor veldig aktuelle kandidater, gitt deres stillingstittel og erfaringsnivå. For oppgavens skyld var det viktig at minst to fra Regnskap Norge ble intervjuet, for å sikre at det ikke kun ble en persons private meninger.

Teknologien som er mest dagsaktuell i dag innenfor regnskapsbransjen er AI teknologien. Derfor valgte jeg å sette søkelys på denne teknologien i oppgaven. Jeg tok kontakt med to store leverandører av AI teknologi til regnskapsbransjen. Begge selskapene ønsket å stille og det ble gjennomført intervju med en representant fra hvert selskap. Jeg presenterte problemstillingen og ble satt i kontakt med representanter fra selskapene som hadde mest erfaring for å besvare spørsmål tilknyttet oppgavens tema. Begge informantene hadde lederstillinger, og var kjent med regnskapsbransjen.

Siden denne oppgaven handler om regnskapsbransjen, var det naturlig å ta kontakt med regnskapsledere i forskjellige regnskapsselskaper. Jeg fant frem en statistikk fra Regnskap Norge som viste de 10 største aktørene i regnskapsbransjen. Ut ifra denne statistikken brukte jeg eget nettverk for å komme i kontakt med aktuelle kandidater i de ulike selskapene som kunne være av interesse. Valget falt på fire regnskapsledere fra fire forskjellige regnskapskontorer. Et av de viktigste kriteriene var at regnskapslederen hadde mer enn 10 års erfaring fra bransjen, i tillegg til en interesse for ny teknologi i bransjen. De største aktørene innenfor regnskapsbransjen er også de med flest ressurser og interesse for å investere i ny teknologi, så det ble naturlig å velge blant disse i stedet for små regnskapskontorer. I tillegg til regnskapsledere med lang erfaring i bransjen, ønsket jeg å komme i kontakt med regnskapsførere fra den litt yngre generasjonen som hadde noen års erfaring fra bransjen, da det er deres fremtidige rolle problemstillingen forsker på. På bakgrunn av begrenset tid, og det allerede var gjort et utvalg av 8 informanter, var det tilstrekkelig med maks to informanter til.

Alle informantene fikk muligheten til å beslutte selv om det var greit for meg å bruke deres navn, stillingstittel, og selskapsnavn i oppgaven. For noen var dette helt i orden, mens andre ønsket å være anonyme. For enkelthetsskyld, og for å unngå noen form for konflikter mellom konkurrenter, så har jeg valgt å bevare anonymiteten til informantene. Det er gjort et unntak for informantene fra Regnskap Norge, hvor kun navn er holdt anonymt. I tabellen under presenteres alle informantene med koder fra A-J som vil bli brukt når jeg referer til respektiv informant. I tillegg presenteres deres stillingstittel, selskapstype og antall år i bransjen.

Informant	Stilling / Rolle	Selskap	År i bransjen
A	Leder Teknologi og Innovasjon	Regnskap Norge	20+
B	Fagansvarlig Analyse	Regnskap Norge	15+
C	Lederstilling (produkt/salg)	AI Leverandør	10+
D	Lederstilling (produkt/salg)	AI Leverandør	5-
E	Regnskapsleder/Partner	Regnskapsselskap	15+
F	Regnskapsleder/Partner	Regnskapsselskap	15+
G	Regnskapsleder/Manager	Regnskapsselskap	10+
H	Regnskapsleder/Daglig leder	Regnskapsselskap	10+
I	Regnskapsfører/Teamleder	Regnskapsselskap	5+
J	Regnskapsfører/Teamleder	Regnskapsselskap	5+

Tabell 2: Informantliste

3.2.4 Gjennomføring

Det ble gjennomført dybdeintervjuer med totalt ti informanter. Intervjuene ble gjennomført i samme rekkefølge som informantene er presentert i tabellen «informantliste», og ble avholdt i perioden mellom 20.02.23 til 31.05.23. Alle informantene fikk selv velge tidspunkt, og i tillegg om de ønsket å avholde intervjuene ansikt til ansikt, eller digitalt over videointervju på Teams/Zoom. I de tilfellene informanten ikke hadde en sterk preferanse, ble det avholdt ansikt til ansikt intervju, som var min ønsket foretrekkende metode. Personlige intervju (ansikt til ansikt) er mer fleksible, og det gir muligheten til å bli bedre kjent med informanten, i tillegg til at det gir bedre flyt i samtalen. Totalt 4 intervjuer ble avholdt som videointervju med Teams. Øvrige intervju ble avholdt ansikt til ansikt i deres forretningslokaler. Det ble satt av ca. en time til hvert intervju, men

varigheten varierte fra alt mellom 45 minutter til 60 minutter, avhengig av hvor mye hver informant hadde å dele av erfaringer, meninger, kunnskap og refleksjoner.

Alle informantene ble presentert tema på forhånd, slik at informantene kunne være forberedt, og ha gjort seg opp noen tanker og forventninger på forhånd. Intervjuene begynte alltid med en liten introduksjon av meg selv, etterfulgt av en presentasjon av oppgaven og problemstillingen. Deretter ble informantene informert om muligheten for å være anonym, og det ble bedt om tillatelse for lydopptak. Samtlige informanter samtykket til lydopptak. Dermed var alt klart for å sette i gang med spørsmålene. Siste spørsmål til informantene var alltid om det var noe de ønsket å legge til som de ikke fikk sagt. I tillegg ble det avtalt om muligheten for å senere ta kontakt med oppfølgingsspørsmål hvis det skulle oppstå et behov. Dette var informantene som oftest svært åpne for, og flere ønsket gjerne å lese oppgaven når den var ferdig. Både innledningsvis og avslutningsvis ble informanten pent takket for deltakelsen.

3.4 Analyse av data

Utfordringen med kvalitativ metode er å få noe fornuftig ut av dataen som er samlet inn (Johannessen 2021). Det kan være store mengder og ustrukturert data, men likevel være informasjon som er rik på detaljer. Det krever derfor en grundig analyse for å få struktur og oversikt over innsamlet data, og for å sikre at viktig informasjon ikke går tapt. Det ble tatt lydopptak av alle intervjuene. Det gir mulighet for å gå tilbake å hente ut data hvis det skulle være behov. Alle intervjuene har blitt transkribert og bearbeidet. Det har vært en tidskrevende prosess, men en viktig prosess, gitt at det er svarene fra informantene som vil være avgjørende for videre analyser og diskusjon for å besvare problemstillingen. Ved transkribering har enkelte svar blitt forkortet, eventuell informasjon som er av lite relevans er ikke inkludert, og tenkepauser og språklige uvaner som «ehm» og «ikke sant» er bevist utelatt. Ifølge Johannessen (2021) kan det være lurt å organisere innsamlet data innenfor temaer. Etter transkribering har derfor alle svarene blitt sortert innenfor hvert sitt tema. På denne måten har jeg fått systematisert dataen, og det blir lettere å tolke og bruke dataen i neste analyseprosess og diskusjon, for å løse problemstillingen på en fornuftig måte.

3.5 Validitet og reliabilitet

Validitet handler om i hvilken grad innsamlet data er troverdig, og om informasjonen faktisk gjenspeiler virkeligheten (Johannessen, 2021). I denne oppgaven er hovedkilden for informasjon mennesker. Det å finne de rette informantene vil ha stor betydning for oppgavens gyldighet og troverdighet. På bakgrunn av informantenes stillingstittel og erfaringsnivå, mener jeg at informantene som ble utvalgt er med på å gi denne oppgaven høy validitet.

Reliabilitet handler om pålitelighet, og om hvordan dataen er samlet inn og bearbeidet i etterkant (Johannessen, 2021). Informantene ble stilt mange av de samme spørsmålene, for å kryssjekke om svarene var like og om de gjenspeiler virkeligheten i størst grad. Eventuelle utsagn og påstand er dobbeltsjekket mot andre eksterne pålitelige kilder. Da det er mennesker som har vært informasjonskilden gjennom dybdeintervjuer, har jeg under hele prosessen stilt meg kritisk til informantene på bakgrunn av at svarene kan være preget av personlige meninger og erfaringer. Det er også en risiko for at informantene kan ha svart det de tror jeg ønsker høre. Dette er tatt i betraktning i analyseprosessen og diskusjonsdelen.

4.0 Resultat

I dette kapitlet presenteres resultat og funn fra datainnsamlingen som vil være relevant for videre analyse og diskusjon. Datainnsamlingen besto av dybdeintervju med ti personer med god erfaring innenfor regnskapsbransjen. Formålet med dette kapitlet er ikke å diskutere funnene, men heller å presentere de viktigste funnene fra dybdeintervjuene. Selve diskusjonen av resultatene skjer i det neste kapitlet.

4.1 Digitalisering i regnskapsbransjen

Frem til dette kapitlet har det vært skrevet en god del om digitalisering i regnskapsbransjen. Oppgavens forskningsspørsmål og problemstilling er utarbeidet på bakgrunn av dette teamet. Det var derfor svært essensielt å innhente informasjon om dette fra intervjuene. Følgende sitat fra informant J belyser veldig godt hvor digitalisert regnskapsbransjen har blitt på kort tid: «*Det er ikke mange år siden vi satt og skannet inn bilag som vi mottok i permer fra kunder, til at vi nå mottar fakturaer direkte i regnskapssystemet*».

Spørsmål	Svar	Antall informanter
Digitale endringer i regnskapsbransjen?	Skybaserte systemer	10
	EHF	7
	API	6
	RPA	3
	Kunstig intelligens	7

Tabell 3: Oppsummering i tabellform nr.1

4.1.1 Skybaserte systemer

På spørsmål om digitale endringer i regnskapsbransjen er det et svar fra informant A som er verdt å fremheve: «*Jeg tenker jo at regnskapsbransjen har vært teknologibasert i alle år, og var veldig tidlig ute med å bruke teknologi. Men det som har vært det store skiftet er det å forlate egne servere, it drift, eie lisensene, og å ha full kontroll over teknologien, til at kunden begynner å eie teknologiene, eller eie teknologien i fellesskap. Det er det største skifte ved endring til skytjenester, konseptuelt hvem som eier teknologien og hvem som driver den, og hvordan den integreres sammen*».

Det var flere av informantene som nevnte dette med at regnskapsbransjen har vært teknologibasert i mange år. I tillegg nevnte samtlige informanter at en av de største endringene i regnskapsbransjen de siste årene har vært å bevege seg over til skybaserte regnskapssystemer.

«(...) også er det flere og flere som flytter til skyen». (Informant G)

«Vi har fått skybaserte ERP systemer (...), og det er nok den største endringen».
(Informant E)

«Det må være at vi jobber i skyen». (Informant J)

4.1.2 EHF Fakturaer

På spørsmål om hvilke digitale endringer det har vært i regnskapsbransjen de siste årene, trekker også flere av informantene frem EHF-faktura som en betydelig endring.

«Også har vi EHF i dag som gjør mottak og utsending veldig forenklet og sikrere. Når vi mottar en EHF kommer faktura ferdig tolket, og vi unngår menneskelige tastefeil». (Informant G)

Informant G fortalte videre om hvordan EHF har effektivisert den inngående fakturaprosessen, men også samtidig økt kvaliteten. Informanten legger til at det skyldes måten EHF fakturaen er sendt ut som en XML-fil. Tidligere ville en faktura ha blitt lagt inn i systemet manuelt og gått gjennom et OCR-tolkingssystem, men på grunn av at forskjellige leverandører har ulike fakturamaler, så ville resultatet vært variert. Når en faktura mottas som EHF vil fakturamalen alltid være lik. For eksempel vil fakturanummer, kid nummer, bankkonto, og forfallsdato, alltid være å finne på samme sted på en EHF-faktura uavhengig av hvilken leverandør som har sendt denne.

«Hvor vi før måtte kontrollere nøye hva OCR-tolken hadde lest inn av informasjon, kan vi nesten blindt stole på at EHF fakturaen har registrert korrekt informasjon». (Informant G)

Flere av informantene støttet påstanden om at EHF har økt kvaliteten. Et sitat fra Informant E:

«Jeg tror at med elektroniske fakturaer, EHF, og direkte innlesning i dokumentbehandlingssystemer osv. har økt kvaliteten, og at «punch-feil» er redusert»

4.1.3 Annen ny teknologi

I tillegg til skybaserte systemer og EHF fakturaer var det annen teknologi som også kom fram gjennom dybdeintervjuene. Et av spørsmålene informantene ble stilt var «hvilken ny type teknologi er tatt i bruk?». På dette spørsmålet trakk flere av informantene frem API og RPA. Disse teknologiene ble også nevnt av enkelte informanter under spørsmål 5, 6, og 16 (se intervjuguide).

Informant I fortalte detaljert hvordan API har digitalisert regnskapsbransjen og ga flere eksempler. Informanten trakk frem hvordan API har digitalisert og automatisert ved at det muliggjør integrasjoner og fri flyt av data mellom ulike systemer og programvarer. Hovedpoenget til informanten var at API har ført til effektivisering av tidligere manuelle arbeidsoppgaver, og samtidig redusert risikoen for feil på grunn av manuelle håndtering. Informant C snakket også stort om API og hvilke muligheter det har gitt regnskapsbransjen, og trakk frem at det spesielt ved overgangen til skybaserte løsninger har gjort API mer attraktivt og enklere å ta i bruk. Informant C som selv leverer et AI-produkt til regnskapsbransjen siterte: *«Vi kan koble oss opp mot så å si alle skybaserte systemer så lenge de har et API vi kan snakke med».*

Videre forklarte informant C at leverandørene av regnskapssystemene burde fokusere på å ha et godt fungerende og vedlikeholdt system, og heller overlate avanserte integrasjoner og funksjonaliteter til andre med ekspertise innenfor de forskjellige områdene.

Informant E fortalte svært engasjert om hvordan deres selskap har utviklet og tatt i bruk en egen RPA (programvarerobot) for å effektivisere arbeidsoppgaver. Informant E fortalte om en egen utviklet robot, som selv hentet ut data fra regnskapssystemet, logget seg inn i et annet system med eget brukernavn og passord, fant frem til riktig Excel-modell, lastet inn dataen fra regnskapssystemet, og til slutt oppdaterte Excel-modellen med den nye dataen.

«Alle disse stegene måtte en medarbeider selv ha utført tidligere, men kan i stedet klikke på en knapp, så er det gjort i løpet av få sekunder». (Informant E)

Videre fortalte informanten at deres selskap har flere slike robot, og at det stadig utvikles flere. Mange av de andre informantene nevnte også at de har tatt i bruk RPA i deres bedrifter og arbeidsprosesser.

4.1.4 Kunstig intelligens

På spørsmålet «er du kjent med noe ny teknologi som er på vei?», trakk samtlige informanter frem AI (kunstig intelligens) og maskin læring. Flere av informantene påpekte at teknologien allerede er på plass, men at det er relativt nytt og har stort potensiale. Fra dybdeintervjuene kommer det frem at det pr dags dato er innenfor inngående fakturahåndtering at kunstig intelligens har begynt å bli tatt i bruk.

«Og i dag er lærende maskiner en del av regnskapsbransjen på inngående fakturaer. Så nå har det blitt på en måte allemannseie, og det er bra, selv om det er tidlig fase». (Informant A)

Det knytter seg både utfordringer og muligheter i forbindelse med AI teknologien. Funnene i forbindelse med dette er presentert i de neste delkapitellene, og nærmere diskutert i kapittel 5.

4.1.5 Driverne for ny teknologi

Et interessant spørsmål som ble stilt informantene var «hvem er driverne for ny teknologi i bransjen?». Flere av informantene trakk frem systemleverandørene av regnskapssystemene som driverne for ny teknologi da de er nødt til å være innovative for å ha konkurransefortrinn. Andre interessante ting som ble nevnt var krav fra banker og offentlig myndigheter som viktige faktorer som drivere for innovasjon. *«Typisk det vi ser er at banken endrer sine krav til oss, eller at det kommer nye krav fra offentlige myndigheter, og da må systemkonsulentene inn for å hjelpe oss med å oppfylle kravene»* (Informant F).

Det kom frem i dybdeintervjuene at regnskapsførerne i liten grad er de som driver innovasjonen i bransjen, og mer brukerne av teknologien som blir tilgjengelig. Likevel er en med regnskapsbakgrunn ofte involvert i tett samarbeid med utviklere av ny teknologi. Når det gjelder regnskapsselskaper svarte informant D:

«Innenfor regnskapsselskaper er det veldig strekk i laget, det vi vet er at noen er veldig langt inne i teknologiområdet og har egne teknologiavdelinger, mens de aller fleste er bare brukere av teknologi».

Det informanten mener med dette er at de fleste regnskapsselskapene er små og er derfor kun brukere av teknologien, men at det samtidig finnes noen få store regnskapsselskap som har investert i egne teknologiavdelinger.

Mange av informantene mente også at «start-ups», og andre teknologiselskaper er driverne for ny teknologi. Informant C mente at leverandørsystemene har nok med å opprettholde, vedlikeholde og videreutvikle eksisterende system, mens for eksempel en «start-up» kan starte med blanke ark og tenke nytt. Informant A snakket litt om det samme og mente at «start-ups» ikke har noe gammelt de må forsvare, i motsetning til systemleverandørene.

«Så jeg tror faktisk de største «pusherne» er de små «start-ups-ene» som kommer inn i vår bransje, som ser at regnskapsbransjen er kjempeinteressant å jobbe med, og får med seg bransjen på dette». (Informant A).

4.2 utfordringer

«Hvilke utfordringer står regnskapsselskaper ovenfor på bakgrunn av ny teknologi?» er et av forskningsspørsmålene i denne oppgaven. Under intervjuene ble informantene stilt fire spesifikke spørsmål rettet mot dette forskningsspørsmålet. Det var spørsmål 10, 18, 20 og 22 (se intervjuguide). Det var noen temaer som skilte seg ut og som flere av informantene snakket om. Disse vil bli presentert under, og det er prismodell, kompetanse, konkurransesituasjonen, og tillit og holdninger. Hva som vil skje med regnskapsførers rolle ble også nevnt som en utfordring. Siden regnskapsførers rolle er et eget forskningsspørsmål i denne oppgaven, blir funnene for dette presentert i delkapittel 4.4.

Spørsmål/Tema	Svar	Antall informanter
Utfordringer?	Prismodell	7
	Kompetanse	6
	Konkurransesituasjonen	4
	Tillit og holdninger	3

Tabell 4: Oppsummering i tabellform nr.2

4.2.1 Prismodell

Regnskapsbransjen har i mange år operert med en prismodell som innebærer timebasert fakturering, men nå som bransjen blir mer og mer automatisert oppstår det et problem med å beholde samme omsetning pr kunde.

«Så er det dilemmaet at regnskapsbransjen har frem til i dag levd veldig godt på timesbasert fakturering, det har vært mye å gjøre. Men så blir systemene smartere og smartere, og det er bra, men da fungerer ikke timebasert fakturering særlig fremover. Det vi må se nå er at bransjen må gå over på fastpris». (Informant B)

«Det er mange som går over til fastpris fordi de leverer jo ikke et dårligere produkt når de begynner å ta i bruk automatisering». (Informant D)

«(...) så kommer det en regnskapsfører som skal ha så så mye penger, og da syns kunden det er rart, hva er verdien du bringer? Det ligger en verdi der, men den er veldig skjult. Det er en utfordring som ligger der for å synliggjøre denne verdien». (Informant G)

«Jeg tror man har hvilt litt på at oppdragsmengden er god og at man har hatt nok å gjøre, men jeg tror vi begynner nå den fasen hvor topplinjen begynner å butte litt, og at det blir prispress på de tjenestene». (Informant F)

«Det jeg opplever når jeg prater med medlemmene om dette er at de er redd for å miste kundene, det er det ene, ved å bytte forretningsmodell. Alle feil viser at du gjør ikke det. De som har byttet fra timesbasert til fastpris og transaksjonspris, de mister ikke kunder». (Informant B)

Som vi ser av disse svarene er det en klar indikasjon på at forretningsmodellen bør byttes fra prisbasert fakturering til fastpris. Arbeidsoppgaver blir automatisert, og regnskapsføreren bruker mindre tid, men som informant D uttrykket så leveres det ikke et dårlige produkt selv om det er tatt i bruk automatisering. Og som informant G trakk frem så handler det om å synliggjøre denne verdien. Følgende sitat fra informant A illustrerer dette godt:

«Verdien av et godt kvalitetssikret regnskap har jo ikke endret seg. Så jeg som sluttkunde får et regnskap som er mer og mer automatisert produsert, så er det jo fremdeles kvalitetssikret av en regnskapsfører, og jeg kan gå god for at det er god kvalitet. Og den verdien for meg er den samme, selv om regnskapsførerne har brukt teknologi som er smart for å genere den».

4.2.2 Kompetanse

En annen utfordring som kom frem under dybdeintervjuene var knyttet til kompetanse. Det knyttet seg hovedsakelig til kompetanse for regnskapsfaget og skatt, systemkompetanse, og rådgivningstjenester. Interessante funn som ble gjort var hvordan regnskapsselskaper bygger opp egne systemavdelinger, og rekrutterer annerledes enn tidligere. I tillegg til hvordan bransjen må bredde ut sin kompetanse for å levere på flere områder (rådgivningstjenester):

«At kompetansen i regnskapsvirksomhet kommer til og bredde seg, det utvilsomt, og det må det gjøres, fordi du må levere mer, og du må også begynne å levere på bærekraft og da må du bygge opp kompetanse på det som en del av tjenestene».

(Informant E)

«Så jeg tror vi må heie på den teknologien som skjer. Og ta med oss den ulempen om at vår rolle i den verdikjeden blir mindre og mindre. Men det motiverer oss til å da finne nye områder, så det største utfordringen for bransjen er å finne de nye områdene, og prise de riktig, og synliggjøre for kunden at du kan levere på det».

(Informant A)

«Jeg tenker regnskap, skatt og avgift er vanskelig. Og det kommer det til å være i overskuelig fremtid i Norge. Fordi vi har budsjettforhandlinger, kompromiser i stortinget, regelverk som er relativt kompleks. Og det er klart at maskiner kan til en viss grad orientere seg i dette, men pr i dag er vi ikke helt der. Så jeg tenker at regnskapsvirksomhet må ha kjerne kompetanse innenfor regnskap, skatt og avgift». (Informant A)

«Så kompetansesammensettingen er viktig, og det betyr at man må rekruttere helt andre folk enn tradisjonelt, ha litt modighet til å ta inn mennesker som har litt annen bakgrunn enn seg selv, slik at ikke alle har gått på BI og driver samme fritidsaktiviteter». (Informant H)

«Når vi ser ned på automatisering sånn sett så er det jo et par oppgaver som har oppstått, det ene er jo det med teknologi og konfigurering av systemene, og vi ser jo nå at en del av de store regnskapsforetakene bygger opp egne teknologi avdelinger, for å jobbe med den biten. Og det er en del av å sette opp systemene, fordi automatisering fungerer bare hvis det er satt opp riktig, og med god kvalitet». (Informant B)

Sitatene over understreker viktigheten av kompetanse, og hvordan digitaliseringen setter nye krav til kompetanse. Samtidig reiser det seg en utfordring knyttet til de aller minste regnskapsselskapene i Norge:

«Så toucher man på dette med at kanskje de minste regnskapskontorene sliter. Jeg tror de lever godt en stund fremover, men jeg tror det blir vanskelig på sikt å være en liten gjeng, si 4-5 regnskapsførere, fordi kunden forventer mye mer bredde i leveransen». (Informant A)

4.2.3 Konkurransesituasjonen

I sammenheng med at flere velger skybaserte systemløsninger er ikke geografisk nærhet til sin regnskapsfører like viktig. Før måtte sluttkunden til et Regnskapsselskap, og hadde lite forhold til hvilket regnskapssystem som ble brukt. I reisen over til skybaserte regnskapssystemer har det blitt mer vanlig at det er sluttkunden som eier regnskapssystemet selv. Det gjør at det er veldig lett for sluttkunden å bytte regnskapsfører.

«Så ser vi jo at blant annet at forretningsmodellen er i ferd med å endre seg hvor mange av disse software leverandørene nå i større grad retter seg mot sluttkunden. Altså det er ikke regnskapsbedriften som er abonnent eller lisensinnhaver lenger, men det er kunden selv». (Informant B).

Informant E trakk også dette frem som en utfordring: *«Selve grunnproduksjonen kan jeg kjøpe hvor som helst. Det er ikke veldig geograforientert, det å produsere et regnskap». Videre legger informanten til: «rådgivningsbiten har vi sett er mer geograforientert, tett sammenheng mellom lokasjon, rådgiver og kunde».*

Informant B som er en representant fra Regnskap Norge og jobber mye med analyser siterer: *«Regnskap Norge har gjort en analyse der 80% av kundene dine ligger innenfor 50km radius, det betyr at kundene er veldig opptatt av nærhet. Man skulle jo tro at med teknologi så skulle man kunne etablere en bilagsfabrikk et sted i Norge hvor det var veldig lave kostnader og strømutfgifter, men det ser vi ikke. Så kunden er opptatt av nærhet, (...) men du må utnytte rådgivningsbiten av det».*

4.2.4 Tillit og holdninger

Det er mye teknologi som er tilgjengelig i dag, likevel er det en stor variasjon på hvor flinke regnskapsførere er til å ta i bruk teknologien som finnes.

«En utfordring er det å få folk til å stole på teknologien. For mange er det vanskelig å gi slipp. For en typisk regnskapsfører er det med kontroller, eierskap til sine kunder, yrkesstoltheten sin, at de kan faget sitt, og de veit hva de driver med. Og da la en algoritme gjøre den jobben for deg (...).» (Informant B)

4.3 Muligheter

«Hvilke muligheter skaper ny teknologi for regnskapsselskaper?» er et av forskningsspørsmålene i denne oppgaven. Under intervjuene ble informantene stilt fire spesifikke spørsmål rettet mot dette forskningsspørsmålet. Det var spørsmål 8, 16, 17 og 21 (se intervjuguide). Interessante funn som ble gjort knytter seg til tjenesteleveranse, grønt skifte, og kunstig intelligens.

Spørsmål/Tema	Svar	Antall informanter
Muligheter?	Tjenesteleveranse	10
	Grønt skifte	8
	Kunstig intelligens	7

Tabell 5: Oppsummering i tabellform nr.3

4.3.1 Tjenesteleveranse

En av mulighetene som knytter seg til digitalisering i regnskapsbransjen handler om å levere flere tjenester pr kunde og på denne måten bredde tjenesteområdet. Det er både for å tjene mer, men også for å opprettholde omsetningen når arbeidsoppgaver går raskere på grunn av digitalisering og automatisering.

«Ting går raskere, så jeg bruker reelt sett mindre tid på ting, men da er vi jo fremdeles der at det er mye annet jeg kan levere, for eksempel bærekraftsrapportering, som det blir mer av i årene fremover. Lønn og HR området er i stadig vekst. (...) Det er flere områder, så du må bredde ut tjenesteområdet». (Informant I)

«Også har bransjen etter hvert begynt den reisen å levere mer tjenester pr kunde». (Informant E)

«De må prate med kundene sine, fordi det er de som kan faget og kjenner økonomien. For så å kartlegge hvilke andre tjenester de kan levere for å opprettholde prisen, eller tjene mer». (Informant D).

«Jeg tror veldig mange regnskapsførere er utrolig flinke til å snakke med kundene sine, de snakker ofte om de rette tingene, men jeg tror en del av det som mangler er å gjøre det om til butikk. Be om en avtale, be om en kontrakt. Skal jeg hjelpe deg med dette? Og fastsette en pris. Jeg tror det er veldig ofte du blander det inn i regnskapsoppdraget». (Informant A)

Som vi ser av sitatene over er det flere av informantene som trekker frem viktigheten av og bredde ut tjenesteområdet. Dette kan også knyttes mot utfordringen i forbindelse med prismodell, som ble presentert i delkapittel 4.2.1, i tillegg til regnskapsføreres rolle som blir presentert i delkapittel 4.4.

4.3.2 Grønt skifte

I delkapittelet over kommer det frem at en av mulighetene som skapes ved at regnskapsbransjen digitaliseres er at regnskapsførere og Regnskapsselskaper kan levere flere tjenester, blant annet trakk informant I frem bærekrafts rapportering: *«at det er mye annet jeg kan levere, for eksempel bærekrafts-rapportering, som det blir mer av i årene fremover».*

Informant F fortalte i sitt intervju om at de største virksomhetene har blitt pålagt å rapportere på bærekraft: *«De største virksomhetene blir pliktig til å rapportere på bærekraft. Her kan vi være gode rådgivere».* Samtidig trekker informantene frem at vi ikke skal se bort ifra at det kan bli pålagt de mindre selskapene på sikt: *«En ting jeg tenker er viktig og kanskje henger litt sammen med digitalisering i regnskapsbransjen er det grønne skiftet som er veldig dagsaktuelt. På sikt kan det bli et krav for alle bedrifter å rapportere på bærekraft».*

I delkapittel 4.2.2 ble også følgende sitat fra informant E delt: *«At kompetansen i regnskapsvirksomhet kommer til og bredde seg, det utvilsomt, og det må det gjøres, fordi du må levere mer, og du må også begynne å levere på bærekraft og da må du bygge opp kompetanse på det som en del av tjenestene».*

4.3.3 Kunstig intelligens

I delkapittel 4.1.4 kom det frem at kunstig intelligens er en ny og spennende teknologi med mye potensiale, og at teknologien i dag er mest utbredt i forbindelse med håndtering av inngående fakturaer. Med kunstig intelligens finnes det mange muligheter i fremtiden. Mulighetene som kommer frem fra dybdeintervjuene er blant annet analytisk tolkning av regnskapet.

«Men det jeg savner når det gjelder kunstig intelligens, er det med bruken av regnskapet. Hva er det regnskapet forteller? Se på trender, utviklinger, trekke frem essensen av hva regnskapet forteller. Jeg ønsker at teknologien skal begynne å fokusere på bruken av regnskapet». (Informant A)

«Teknologien tilgjengeliggjør all den dataen som ligger i plattformen, slik at den kan brukes til innsikt og analyse». (Informant D)

«(...) Og da får vi en litt morsom effekt av at kunstig intelligens og lærende maskiner lager regnskapet, og så skal lærende maskiner analysere det lærende maskiner har lagd». (Informant B)

Informant C trekker frem en fordel med kunstig intelligens: *«En algoritme blir ikke sliten i hodet. En algoritme blir ikke syk. En algoritme går ikke på veggen hvis den har sittet med årsavslutning i ukesvis og jobbet døgnet rundt, da er det lett at menneske gjør feil. En algoritme vil aldri bli utslitt».*

Det som er interessant i forbindelse med de to siste sitatene fra informant B og C over er hvor er mennesket i dette bildet? Informant A hadde en interessant tanke rundt dette:

«Jeg bruker å ta en parallell til lærende maskiner og AI i kreftdiagnoser, de verktøyene en lege har for å analysere og diagnostisere og sannsynliggjøre behandlingsmetoder går jo aldri direkte til pasienten. Pasienten logger seg ikke inn på diagnosesystemet og ser på at jeg har så mye prosent på det osv, du putter alltid en kompetent lege imellom som analyserer, vurderer og setter det i relasjon til deg. Og den rollen tenker jeg helt parallelt med regnskapsfører. Det er at lærende maskiner kommer med en del signaler, trender, forslag til ting som bør gjøres, men du MÅ ha en regnskapsfører som setter det i en kontekst».

4.4 Regnskapsførers rolle

«Hvordan endres regnskapsførers rolle seg på bakgrunn av ny teknologi?» er et av forskningsspørsmålene i denne oppgaven. Dette var også spørsmål 19 i intervjuguiden og ble stilt samtlige informanter.

«Man skifer fra å være en regnskapsfører til å fokusere på andre ting som gir kunden merverdi» (Informant H).

«Vi går fra å være regnskapsfører til regnskapskontrollører og rådgivere».
(Informant J)

«Mange regnskapsførere kommer veldig tett inn på bedrifter og deres økonomi, og kan dermed gi gode råd til sine kunder». (Informant J)

«Vi kjenner ofte kundens økonomi bedre enn kunden selv». (Informant I).

«Regnskap handler ikke bare om tall. Skal vi i fremtiden være gode rådgivere må vi kunne oversette regnskapet til konkrete anbefalinger. Samtidig må vi kjenne til selskapets virksomhet og bransje for å være gode rådgivere». (Informant F).

Som vi ser av sitatene over uttrykkes det at regnskapsførere ikke lenger kun er regnskapsførere, men beveger seg i retning av å bli rådgivere. Dette kan også ses opp mot delkapittel 4.3.1 hvor utvidet tjenesteleveranse ble lagt frem som en mulighet.

Informant E trakk frem at digitalisering og automatisering i bransjen ikke burde bli sett på som en trussel, men som et godt hjelpeverktøy for regnskapsførere. Med trussel referer informanten til trusselen for at regnskapsføreren mister jobben sin på grunn av digitalisering i bransjen. Informant B hadde også en interessant påstand om dette:

«Formålet er ikke å ta fra regnskapsføreren jobben, men det handler om å lette på trykket til regnskapsføreren slik at de slipper å gjøre de tradisjonelle repetitive oppgavene, og heller kan gjøre de mer spennende rådgivende oppgavene hvor de kan bruke mer av sin kunnskap og erfaring».

Noe lignende svarte også informant D: *«Det er et fåtall som syns det er gøy å kontere fakturaer, det er de samme repetitive oppgavene som gjøres hele tiden. De fleste som sitter og jobber med sånne typer oppgaver er høyt utdannet folk som*

har masse kompetanse. Og den kompetansen får ikke de brukt, når de skal velge om en faktura skal føres mot konto 7600 eller 76xx».

Det er ikke ukjent at regnskapsbransjen er et yrke med mye tidspress, frister og overtidssarbeid. Informant I fortalte at regnskapsførere ofte er presset på tid og frister, slik at rådgivnings ofte blir nedprioritert. Informant E deler også litt av det samme:

«De aller fleste som jobber med regnskap har ikke lite å gjøre. Stort sett alltid noe de gjerne skulle hatt mer tid til å utføre, og det kan de nå gjøre fordi de får frigitt tid de sitter og bruker på inngående fakturaer i dag».

4.5 Digitaliseringskanvas

Funnene fra dybdeintervjuene er med på å danne følgende digitaliseringskanvas for regnskapsbransjen. Modellen blir nærmere diskutert i kapittel 5.

Teknologisk utvikling - Kunstig intelligens - Maskin læring - Skybaserte løsninger - Automatisering - API - RPA <hr/> Digitale verktøy og muligheter - Skybaserte regnskapssystemer - EHF fakturaer - Robotisering - Integrasjoner - Analyser	Forretningspraksis - Automatisering av repetitive og rutinepreget oppgaver	Effekt/Konsekvens - Effektivisering - Hvordan opprettholde lønnsomhet - Bredde i tjenesteleveransen - Fokus på rådgivning og merverdi - Hvem som eier regnskapssystem lisenser - Nye aktører, «start-ups» - Krav til kompetanse - Kommunikasjon/samarbeid mellom parter - Bedre kontroll og oversikt - Teknologisk forståelse - Kompetansebehov - Grønt skifte / bærekraft
	Forretningsmodell - Fra timespris til fastpris - Tjenesteleveranse - Fra regnskapsfører til rådgiver	
	Verdisystem - Systemleverandører inntar en større rolle - «Start-ups» drivere for ny teknologi i bransjen - Større eierskap for kunden	

Tabell 6: Digitaliseringskanvas for regnskapsbransjen

5.0 Diskusjon

I dette kapitlet drøftes og analyseres resultatene som ble presentert i kapitel 4, i tillegg til relevant teori fra kapitel 2. Hovedformålet med dette kapitlet er å danne grunnlaget for å besvare oppgavens problemstilling og forskningsspørsmål.

5.1 Digitale endringer i regnskapsbransjen

Som flere av informantene nevnte har regnskapsbransjen vært teknologibasert i veldig mange år, og det er ingen nytt fenomen. Regnskapsbransjen var veldig tidlig ute med å bruke teknologi. Likevel har det skjedd store endringer de siste årene. Det er ikke mange år siden en regnskapsfører nærmest holdt et bilag fysisk i hånden, så på det, skannet det inn gjennom en printer, registrerte det i et dokumenthåndteringssystem, kontrollerte og tastet inn kontringer. Til at det nå mottas elektroniske fakturaer (EHF) som leses inn direkte i dokumentbehandlingssystemet. Med dette spares både tid og risikoen for tastefeil reduseres. Videre har det store skiftet i regnskapsbransjen vært at det er flere i dag som forlater egne serverer, og beveger seg til skyen.

Samtlige informanter nevnte at en av de største endringene i regnskapsbransjen de siste årene har vært å bevege seg over til skybaserte regnskapssystemer. Det er ingen tvil om at skybaserte systemer har hatt en betydelig innvirkning på digitalisering av regnskapsbransjen i Norge. Ved å benytte seg av regnskapssystemer som er skybaserte har regnskapsførere og bedrifter oppnådd en rekke fordeler:

1. Tilgang
2. Flexibilitet
3. Deling av data
4. Arbeidsfordeling

Tilgang

Tradisjonelt sett er det kun regnskapsføreren som har hatt tilgang til regnskapssystemet. Ved skiftet over til skyen har en av de største endringene vært at kunden som sluttbruker også har fått tilgang til regnskapssystemet. Både regnskapsføreren og kunden har tilgang til regnskapssystemet fra hvor som helst

og når som helst, så lenge det finnes internettilgang. Det betyr blant annet at kunden har tilgang til sitt regnskap døgnet rundt, og kan følge med utvikling og hente ut regnskapsrapporter selv. Ved at kunden kan følge med på regnskapet i systemet, har det også økt presset på regnskapsførere for å sørge for å levere et mest mulig à jour regnskap til enhver tid. Tradisjonelt har regnskap vært historisk data, men gjennom skybaserte løsninger og annen automatisering har regnskapet blitt et «levende bilde» med løpende oppdatering av kostnader og inntekt.

Fleksibilitet

Ved at regnskapsfører har tilgang til regnskapssystemet i skyen har økt fleksibiliteten og produktiviteten til regnskapsførere. For eksempel kan de benytte seg mer av hjemmekontor, i tillegg til at de har mulighet til å løse hastesaker fra hvor som helst, gitt at de har en pc og internett. Samtidig kan det investeres mindre i å drifte og vedlikeholde egne servere, når det er systemleverandøren som nå tar ansvaret for å sikre data og vedlikeholde systemet. Blant annet fortalte en av informantene at de bygger nye kontorer med kun 70% dekning i forhold til kontorplasser, fordi de forventer at flere kommer til å jobbe på hjemmekontor.

Deling av data

Skybaserte regnskapssystemer gjør det enklere og sikrere, å dele regnskapsinformasjon mellom ulike parter, og har dermed fremmet samarbeid og kommunikasjon på tvers av geografiske steder. Blant annet kan API-integrasjoner opprettes for å sende og motta informasjon/data fra andre systemer. En annen fordel er at API kan brukes til å koble på forskjellige systemer, som for eksempel betalingsløsninger, faktureringsystemer, og lagersystem, for å automatisere og effektivisere regnskapsprosesser.

Arbeidsfordeling

Tilgang, fleksibilitet og deling av data gjør det mulig for regnskapsfører og kunden å jobbe sammen i ett og samme system. I tillegg kan arbeidsoppgaver fordeles. Kunden kan enkelt selv stå for utgående fakturering, og purre kunder selv. Kunden kan selv opprette prosjekter eller avdelinger og vedlikeholde disse. I tillegg kan regnskapssystemet også brukes til timeføring og godkjenning av timelister og utlegg for de ansatte. Et annet eksempel er at kunden kan selv

godkjenne betalinger når det passer. Tidligere falt flere av disse oppgavene hos regnskapsføreren da det var egnskapsselskapet som hadde de nødvendige tilgangene gjennom signerte fullmakter og epostkommunikasjon med kunden.

5.2 utfordringer

«Hvilke utfordringer står regnskapsselskaper ovenfor på bakgrunn av ny teknologi?» er forskningsspørsmål nummer 1 i denne oppgaven. En rekke utfordringer ble presentert i kapittel 4, og som vil bli diskutert nærmere i dette delkapittelet:

1. Prismodell
2. Kompetanse
3. Konkurransesituasjonen
4. Tillit og holdninger.

Prismodell

Svarene fra intervjuene er med på å underbygge teorien til Andersen og Sannes (2018) om at teknologisk utvikling fremtvinger endring i forretningsmodeller. Regnskapsselskaper har i alle år praktisert en prisstrategi hvor kunden faktureres basert på arbeidstiden som har medgått for fremstilling av regnskapet. Timebasert fakturering i møtet med den digitale transformasjonen i regnskapsbransjen vil være en dysfunksjonell prisstrategi (Gustavsen, Baksaas og Nesbakk, 2019). Automatisering og effektivisering i regnskapsbransjen fører til at det medgår mindre tid for å ferdigstille et regnskap. Det skaper en utfordring for regnskapsselskaper å opprettholde sin omsetning, noe som kom tidlig frem i intervjuene. Gjennom automatisering og effektivisering i regnskapsbransjen med en prismodell basert på timesfakturering, så har det kommet kunden til gode, uten at regnskapsselskaper har tatt hele eller deler av gevinsten selv (Regnskap Norge, 2016)

I følge Ceylana, Koseb og Aydin (2014) er det tre hovedkategorier innenfor prisstrategi: Prisen på et produkt kan settes ut fra egne kostnader, ut fra markedsprisen, og ens konkurranseposisjon, eller kundens opplevde nytte av produktet eller tjenesten. Når prisen på et produkt settes ut fra egne kostnader, kalles det for en «cost-plus» strategi (Ceylana, Koseb og Aydin, 2014).

Timesprismodulen som brukes i dag er pris satt på tjenesten basert på egne kostnader. Timeprisen skal dekke lønn til den ansatte, andre indirekte kostnader, og gi en fortjeneste. Fastpris er også en «cost-plus»-prisstrategi, men her er ulike aktiviteter bakt inn i en pakke, som det er satt en fastpris på. Fastprisen settes også ut fra egne kostnader, og beregnes ofte ut fra historiske kostnader, samtidig som det legges inn et tillegg for å sikre overskudd.

Gjennom intervjuene kom det klart frem at prismodellen var en utfordring, men det ble gitt lite indikasjon på at det jobbes aktivt med å endre på dette pr dags dato, selv om flere av informantene var enige om at veien videre handlet om å gå fra timespris til en fastprismodell. Som informant B nevnte er det mange regnskapskontorer som er redde for å miste sine kunder ved å bytte prismodell. En av utfordringene knyttet til dette er for regnskapskontorene å forsvare fastprisen. For mange kunder vil det være rart at prisen på tjenestene ikke går ned når det brukes mindre tid. Et motargument vil være som informant A påpekte at verdien av et godt kvalitetssikret regnskap ikke har endret seg, selv om det er brukt teknologi som er smart for å ferdigstille regnskapet. Som informant G nevnte så ligger det en verdi der, men det er en utfordring å synliggjøre denne verdien.

Kompetanse

Historisk har regnskapsførerselskap og regnskapsførere vært gode på regnskap, lønn og skatt. Ny teknologi fører til digitalisering og automatisering av regnskapsførers oppgaver, og det fremtvinger endringer hos regnskapsførerselskaper. Det er mye ny teknologi og systemer som tas i bruk, og systemkompetanse har dermed blitt en viktig del av regnskapsføreryrket. Regnskapsselskaper må lære seg å håndtere komplekse systemer og teknologi. I tillegg må regnskapsselskapene bli flinkere til å analysere data, og bruke digitale verktøy for å kunne gi verdifulle råd til kundene. Digitalisering gir regnskapsførerselskaper muligheten til å skape konkurransefortrinn hvis de lykkes med å utnytte mulighetene. Fra dybdeintervjuene kom det frem at de største regnskapsselskaper bygger opp egne teknologi avdelinger, og på denne måten sikrer at de har systemkompetanse innad i selskapet. Visma (2019) mener det fortsatt er en lang vei å gå. Visma (2019) gjennomførte en undersøkelse i 2019 hvor de spør «hva er det som oppleves som de viktigste hindringene for å digitalisere?». Svarene påpeker manglende prioritering, gjennomføringsevne og

endringskultur hos ledelsen, kompetanse til teknologiske muligheter, og kostnader.

Fra dybdeintervjuene kommer det i tillegg frem at bransjen må bredde ut sin kompetanse for å levere på flere områder. Digitalisering fører til automatisering og effektivisering av arbeidsoppgavene, det betyr at tid frigjøres til å kunne levere andre tjenester. For å kunne levere flere tjenester må regnskapsførerselskapene ha kompetanse nok til å kunne levere mer enn kun regnskap fra A til Å. Med skybaserte regnskapssystemer og arbeidsdeling med kunden, medfører at flere personer vil ha tilgang til mer informasjon som er mer oppdatert. Løpende tolkning og kvalitetssikring av økonomisk informasjon vil være verdsette tjenester (Gustavsen, Baksaas og Nesbakk, 2019). For å kunne levere gode rådgivningstjenester vil det være behov for bedre forretningsforståelse, særlig innenfor risiko- og virksomhetsstyring. Fremover vil det antakelig også oppstå behov for eksterne bekreftelser som gir tillit til regnskapet ved rapportering til myndighetene (Gustavsen, Baksaas og Nesbakk, 2019). I dag er det noen krav gjennom regnskapsnoter når årsregnskapet leveres, men det kan på sikt komme flere krav, blant annet rettet mot samfunnsansvar, miljø og HMS (Gustavsen, Baksaas og Nesbakk, 2019). Bærekraftsrapportering er allerede på plass for største virksomhetene i Norge, og vil mest sannsynlig bli pålagt mindre selskap på sikt.

Det er klart et kompetansebehov, og noe regnskapsselskapene bør ha fokus på. Regnskapsselskaper bør legge til rette et godt utviklingsprogram for sine ansatte. I dybdeintervju med informant A trekker informanten frem at det ikke er slik at en regnskapsfører skal være gode på system, regnskap, lønn, skatt, rådgivning, og bærekraft. Det vil være viktig for regnskapsselskapene å ha noen spesialister innenfor hvert område, i stedet for at en ansatt skal kunne alt. Dette trakk også informant H frem og mente at kompetansesammensetning er viktig, og at det bør rekrutteres annerledes enn tidligere. For å illustrere et eksempel så er det ikke nødvendig for regnskapsførere flest å ha dyp IT-kompetanse, dette vil IT-spesialistene ta seg av. Imidlertid bør grunnleggende forståelse til å kunne kommunisere fagterminologi for å bestille systemer, programvarer og integrasjoner, være på plass.

Konkurransesituasjonen

I kapittel 2 ble forskningen til Stief, Eidhoff & Voeth (2016) presentert.

Forskningen beskrev hvordan digitalisering i bedrifter må skje på tre strategiske nivåer: prosesser, produkter og forretningsmodeller, for at bedrifter skal kunne holde seg konkurransedyktige i fremtiden. I tillegg ble rammeverket til Andersen og Sannes (2018) presentert, som beskrev hvordan teknologisk utvikling skaper nye digitale verktøy og muligheter, som videre muliggjør og fremtvinger endringer i forretningspraksis, forretningsmodeller og verdisystemer. Begge teoriene kan hjelpe bedrifter med å skape konkurransefortrinn.

Regnskapsselskaper som ikke er med på den digitale reisen som bransjen er i vil bli mindre konkurransedyktige. Ansvarer hviler på ledelsen i regnskapsselskapene. Kundene kan ha et ønske om å bli digitale, ansatte, særlig den nye generasjonen vil ha et ønske om å jobbe mer digitalt, i tillegg til flere krav fra myndighetene om digital rapportering av lovpålagte opplysninger.

I kapittel 2.1.2 ble fakta om regnskapsselskaper lagt frem. Det viste seg at det er over 2000 statsautoriserte regnskapsselskaper i Norge, og at de ti største regnskapsselskapene har en samlet markedsandel på ca. 33%. Det betyr at regnskapsbransjen i hovedsak består av mange små aktører. Teknologi er dyrt, og det kom frem i intervjuene hvordan noen av de større regnskapsselskapene bygger opp egne teknologiavdelinger. Kompetanse ble presentert som en utfordring, særlig systemkompetanse blir viktigere. I tillegg var vi innom at tjenesteområde breddes ut. Det reiser seg et spørsmål om hva som vil skje med de minste regnskapsselskapene. Fra intervjuene kom det frem at det vil bli vanskeligere på sikt å være en liten bedrift med kun 4-5 regnskapsførere. Dette vil helt klart bli en utfordring for de minste regnskapsselskapene i Norge. Argumentene over vil også gjelde for de mellomstore og store regnskapsselskapene, og det er viktig at ledelsen i disse selskapene har et forhold til endringer i forretningsstrategi og forretningsmodeller.

Tradisjonelt sett er det regnskapsselskapene som har eid regnskapssystemene, og regnskapsselskapene som har vært målgruppen til systemleverandørene. Ved skiftet over til skyen har en av de største endringene vært at systemleverandørene retter seg direkte mot sluttkunden. Systemleverandørene har altså endret sin forretningsstrategi og forretningsmodell. I veldig mange tilfeller er det kunden selv som eier regnskapssystemet nå, og ikke regnskapsselskapet. Dette kom frem i

intervjuene fra flere av informantene, og det ble påpekt at det er kunden selv som er lisensinnehaver og mottar faktura direkte fra systemleverandøren. Jeg undersøkte dette nærmere ved å besøke nettsiden til systemleverandøren Tripletex. På hjemmesiden er alt av markedsføringen rettet mot sluttkunden. Det reklameres med at systemet tilbyr alt «din bedrift» trenger, de tilbyr også egen supportkanal, og i tillegg reklamerer med at samarbeid med regnskapsfører er mulig. Systemleverandørene reklamerer også direkte til sluttkundene gjennom tv, radio og sosiale medier. Det argumenteres ofte med forenklinger og automatiseringer, og det har vært med å skape en utfordring hvor mange ikke lenger oppfatter det som nødvendig med å ha et eksternt regnskapsselskap.

En annen utfordring som gjelder konkurransesituasjonen, og som kom frem gjennom dybdeintervjuene knytter seg til geografi. Ved at regnskapet er flyttet til skyen, og kommunikasjon med regnskapsfører hovedsakelig er digitalt, kan regnskapstjenestene kjøpes fra nesten hvor som helst. Det betyr blant annet at en regnskapsselskap i for eksempel Lillestrøm kommune konkurrerer ikke kun med regnskapsselskapene i samme kommune, men med hele landet. Flere av informantene mente likevel at geografisk nærheten fortsatt var viktig. Det gjelder i hovedsak fordi bransjen endrer seg fra å være regnskapsførere til regnskapsrådgivere, og rådgivningsbiten er mer geografiorientert. Informantene mener det er en tett sammenheng mellom lokasjon, rådgiver og kunde. En undersøkelse utført av Informant B som representerte Regnskap Norge, viste at 80% av kundene har en regnskapsfører som ligger innenfor en 50km radius.

Tillit og holdninger

Visma (2019) gjennomførte en undersøkelse i 2019 for å undersøke hva som opplevdes som de viktigste hindringene for å digitalisere. Resultatene fra undersøkelsen viste at manglende prioritering, gjennomføringsevne og endringskultur hos ledelsen, og kompetanse til teknologiske muligheter, er blant de største hindringene for digitalisering. Digitalisering er ikke noe som skjer av seg selv. Ledelsen i regnskapsselskapene må ta grep, og jobbe aktivt med å digitalisere bedriften. Det er nødt til å være en prioritet blant ledelsen, og de må få med de ansatte. I intervjuene som ble gjennomført i forbindelse med denne oppgaven brukte informantene store og fine ord, og snakket veldig positivt om digitalisering, men den praktiske gjennomføringen viste de lite til. Forskning og

teori indikerer at de som prioriterer digitalisering vil få konkurransefortrinn, og vil øke gapet fra konkurrentene (Stief, Eidhoff & Voeth, 2016; Andersen og Sannes, 2018; Visma, 2019).

Flere av informantene nevnte tillit og holdninger som en utfordring. Med dette mener de menneskene som jobber i regnskapsselskapene. En av informantene nevner at det er vanskelig å få folk til å stole på teknologien, og det for mange er vanskelig å gi slipp. Vi mennesker er vanemennesker, og er ofte lite glad i endringer. Det samme gjelder regnskapsførere. Digitalisering fører med seg endringer i arbeidsrutiner og arbeidsmetoder, og en regnskapsfører har kanskje gjort en ting på en bestemt måte i veldig mange år. Som informant B nevner er regnskapsførere veldig opptatt av kontroller, eierskap til sine kunder, og at de kan faget sitt. Informant J nevner litt av det samme, og tror at mange er redd for å miste kontroll. Dette kan henge sammen med at teknologi for mange er fremmed, og som Visma (2019) undersøkte var en av hindringene «manglende kompetanse for teknologiske muligheter». I Stief, Eidhoff & Voeth (2016) modell for muligheter og utfordringer (tabell 1) inkluderer de «endring av etablerte prosesser», «gå vekk fra tidligere struktur», «skape aksept hos ansatte», «motstand og frykt fra ansatte», som reelle utfordringer for å lykkes med digitalisering i bedrifter.

5.3 Muligheter

«Hvilke muligheter skaper ny teknologi for regnskapsselskaper?» er forskningsspørsmål nummer 2 i denne oppgaven. Både forskningen til Stief, Eidhoff & Voeth (2016), og rammeverket til Andersen og Sannes (2018) som ble presentert i kapittel 2, er utviklet på bakgrunn av at digitalisering og ny teknologisk utvikling skaper muligheter for bedrifter. Det kom tidlig frem blant dybdeintervjuene som ble gjennomført. En rekke muligheter ble presentert i kapittel 4, og vil bli diskutert nærmere i dette delkapittelet:

1. Tjenesteleveranse
2. Grønt skifte
3. Kunstig intelligens

Tjenesteleveranse

De vanligste tjenestene som blir levert av et regnskapsselskap er bokføring, regnskap, lønn, fakturering, årsregnskap og utarbeidelse av skattemelding. Innenfor regnskap inngår pliktig rapportering av merverdiavgift, og innenfor lønn inngår pliktig rapportering som for eksempel a-melding. Regnskapsselskapet skal sørge for at kunden oppfyller alle myndighetskrav, det vil si alle eksterne forpliktelser de har tatt på seg på vegne av kunden (Gustavsen, Baksaas og Nesbakk, 2019). I tillegg har regnskapsselskaper gjennom mange år tilbudt forskjellige rådgivningstjenester til sine kunder, som for eksempel budsjettering, likviditetsstyring, samfunnsansvar, delta i styremøter og generalforsamlinger, stiftelser av selskap, samordnet registermeldinger, utarbeidelse av protokoller, og rådgivning innenfor mye annet. Det har vært ulik tilnærming til rådgivning blant regnskapsselskapene. Mange regnskapsførere opplever å ha mer enn nok å gjøre (Gustavsen, Baksaas og Nesbakk, 2019). Mange regnskapsselskaper nøyer seg derfor med å kun tilby det kunden er lovpålagt å få gjennomført. Andre regnskapsselskaper søker mer aktivt å tilby kunden merverdi gjennom rådgivning, og prøve å skape konkurransefortrinn. Det er ingen tvil om at ny teknologi er med på å automatisere og effektivisere arbeidsoppgaver. Det vil på sikt frigjøre tiden til regnskapsselskapene, og det vil derfor være viktig å tilby flere tjenester for å opprettholde omsetningen. Regnskapsselskapene vil ikke lenger kunne nøye seg med å kun tilby det kunden er lovpålagt å få gjennomført. Rådgivningstjenestene som ble nevnt lenger opp i dette avsnittet vil være typiske rådgivningsoppgaver regnskapsselskapene vil kunne tilby mer av, særlig gitt at deres kompetanse ligger innenfor disse områdene, og med frigjort tid som følge av digitalisering vil det være mulig å jobbe med disse oppgavene. Samtlige informanter nevnte tjenesteleveranse som en mulighet.

For å lykkes med å tilby flere tjenester må regnskapsselskapene ifølge informant D begynne å prate med kundene sine for å kartlegge hvilke andre tjenester som de kan levere. Informant A mener at regnskapsselskaper er flinke til å prate med kundene sine, men mangler evnen til å gjøre det om til butikk. Ifølge Gustavsen, Baksaas og Nesbakk (2019), vet ikke veldig mange kunder hvilke annen kompetanse regnskapsselskapene har, i tillegg til at mange kunder selv ikke vet om sitt eget behov for rådgivning. Ofte sitter regnskapsføreren og venter på at kunden skal komme med et behov, mens på andre siden sitter kunden og venter på

at regnskapsføreren skal komme med råd. Det vil være viktig for regnskapsselskapene å jobbe med kunderelasjon, og innføre strategi for å lykkes med det. En sterk kunderelasjon vil bli et viktig konkurransefortrinn for regnskapsselskapene (Gustavsen, Baksaas og Nesbakk, 2019).

Økende krav fra myndighetene i forbindelse med lovpålagt rapportering er typisk tjenester regnskapsselskapene kan bistå sine kunder med. Blant annet bærekraftsrapportering som blir diskutert som et eget punkt i denne oppgaven, men også annen ikke-finansiell informasjon. I tillegg så vi under koronapandemien hvordan regnskapsselskapene bisto sine kunder med å søke kompensasjonsstøtte. Her var bransjen raskt oppe med modeller og hjelpeverktøy for å hjelpe sine kunder, i tillegg hadde regnskapsselskapene den faglige kompetansen. Det samme så vi når strømstøtteordningen kom. I 2018 hjalp flere regnskapsselskaper sine kunder med rutiner for å etterleve den nye personopplysningsloven.

HR og personaltjenester er i stadig vekst. Dette er også et område flere regnskapsselskaper har begynt å satse på. For eksempel Aider (2023) som tilbyr et komplett HR og personal pakke som en del av sin tjenesteleveranse. Noen regnskapsselskaper tilbyr også utleie av ansatte for å dekke et midlertidig behov for bedrifter, i rollen som regnskapsfører, regnskapssjef, kontroller, lønnskonsulent, eller lignende. For eksempel BDO (2023) som i dag tilbyr dette som en egen tjenesteleveranse.

Grønt skifte

Regjeringen (2021) skriver følgende på sin hjemmeside: «*Den grønne skiftet handler om hvordan Norge skal bli et lavutslippsland innen 2050. Samfunnet må igjennom et grønt skifte, det må skje en overgang til produkter og tjenester som gir betydelig mindre negative konsekvenser for klima og miljø enn i dag*».

Bærekraft handler om at vi som mennesker ikke skal tilfredsstille våre behov, ved å ødelegge for fremtidige generasjoner. Det er vanlig å snakke om FNs bærekraftsmål. Det er ofte disse som ligger i grunn for selskapers rapportering på bærekraft. FNs bærekraftsmål består av 17 hovedmål, og handler i stor grad om å bekjempe fattigdom, miljøproblemer og unngå brudd på menneskerettigheter (Regjeringen, 2020). Begrepet «bærekraftsrapportering» erstatter begrepet «ikke-

finansiell rapportering», og innebærer periodisk rapportering fra virksomheter «om miljømessige, sosiale og styringsmessige forhold, inkludert forhold som gjelder arbeidstakere, respekt for menneskerettigheter og bekjempelse av korrupsjon og bestikkelser» (Regjeringen, 2023).

EU har vedtatt CSRD-direktivet (Corporate Sustainability Reporting Directive) som innebærer at bærekraftsrapportering blir et lovfestet krav fra 1. januar 2024 (Regnskap Norge, 2023). Det betyr at fra regnskapsåret 2024 skal de første selskapene rapportere (Andenæs, Tvedt, 2023). Den pliktige rapporteringen innføres trinnvis. Fra og med regnskapsåret 2024 omfatter den pliktige rapporteringen kun store foretak av allmenn interesse med mer enn 500 ansatte (Regnskap Norge, 2023). Fra og med regnskapsåret 2025 vil den pliktige rapporteringen også omfatte alle store foretak (både børsnoterte og ikke børsnoterte) som på balansedagen overskrider to av følgende tre vilkår: Balansesum på over 160 millioner kroner, salgsinntekter over 320 millioner kroner, og 250 årsverk i gjennomsnitt i et regnskapsår (Regjeringen: NOU 2023:15, 2023). Fra og med regnskapsåret 2026 vil den pliktige rapporteringen omfatte alle små og mellomstore foretak som er børsnoterte (Regnskap Norge, 2023).

De fleste informantene nevnte grønt skifte og bærekraftsrapportering i sitt intervju, og hvordan dette ville bli et tjenesteområde regnskapsselskapene ville kunne bistå sine kunder innenfor. En av årsaken for dette er fordi regnskapsselskapene sitter på mye av dataen og bærekraftsinformasjonen til sine kunder, og kan dermed bistå på en kostnadsbesparende og effektiv måte (Regnskap Norge, 2023). Selv om mange av regnskapsselskapene i dag har en kundeportefølje bestående av flest små og mellomstore bedrifter, som i første omgang ikke blir omfattet av det lovfestede kravet, så skal man ikke se bort ifra at det kan komme lovfestede krav på sikt. I tillegg blir mange små og mellomstore bedrifter indirekte påvirket. Dersom regnskapsselskapets kunde leverer produkter eller tjenester til et foretak som er omfattet av den pliktige rapporteringen, så vil de måtte levere en bærekraftsrapport (Regnskap Norge, 2023).

Ny teknologi skaper muligheter, og det gjør det innenfor det grønne skiftet også. Vi har i denne oppgaven sett på skybaserte løsninger og systemer, som skaper samhandling mellom kunder og regnskapsførere, i tillegg til kunstig intelligens som er på vei inn. Informant A fortalte at det jobbes med å se på hvordan

bærekraftsinformasjon og finansiell informasjon kan integreres i en type kilde. Informanten ga et fint eksempel på en mulig løsning for fremtiden: «*Si det kommer en inngående faktura, som inneholder informasjon om det du har kjøpt, varer eller tjeneste, avtrykk og resirkulerbar grad, sammen med det finansielle. Så vil ERP systemet kunne lese inn og registrere alt dette, slik at det kan hentes ut rapportert på både det finansielle og ikke finansielle*». Informanten konkluderte med at vi er i en veldig tidlig stadig, og at det prøves ut mange forskjellige løsninger og teknologier.

Kunstig intelligens

Kunstig intelligens er den teknologien som bringer med seg kanskje de mest interessante og spennende mulighetene i regnskapsbransjen, og var et populært tema blant informantene ved gjennomføring av dybdeintervjuene. Maskinlæring og kunstig intelligens (AI) er algoritmer eller behandlingsregler som fanger opp og tar hensyn til tidligere hendelser når de varsler avvik eller behandles neste hendelse (Krogstie, 2017). I dag er teknologien mest utbredt i forbindelse med håndtering av inngående fakturaer. Målet innenfor håndtering av inngående fakturaer er at teknologien skal kunne gjennomføre standard kontering, og automatisert kontering innenfor gitte grenser. Tanken bak teknologien er at håndtering av inngående fakturaer skal skje automatisk, og regnskapsføreren skal kun jobbe med avvik.

Fordelen med denne teknologien er at algoritmer ikke blir slitene. Det betyr at bedrifter kan få rask håndtering av inngående fakturaer, og vil ikke være avhengige av regnskapsførere til å utføre en manuell jobb. Er algoritmen lært opp tilstrekkelig vil den kunne gjenkjenne faktura, bokføre automatisk, og sende transaksjonen til banken for kundens godkjenning. Dette er et godt eksempel på en digitalisering som automatiserer og effektiviserer, ved å frigjøre regnskapsføreren for tid. Denne tiden kan alternativt bli brukt på andre tjenester som rådgivning.

Det kommer frem i intervjuene at teknologien er i en tidlig fase. Selv om teknologien finnes og kan automatisere inngående fakturahåndteringen er det svært få bedrifter som har fått det til. I dybdeintervjuene med informant C og D som representerer hvert sitt AI-selskap forteller de at det tar opp til ca. to år å lære

AI programmene som kobles på til å kunne sende gjennom 85% til 90% av bilagene uten feil. De forklarer også at veldig mange ikke forstår hvordan teknologien fungerer, og tror at den skal automatisere hele prosessen fra dag en. Slik fungerer ikke kunstig intelligens og lærende maskiner. Det kreves en forståelse for teknologien og endring i arbeidsmetodikk. Det handler om å tørre å slippe opp kontroll og stole å teknologien, og endre arbeidsmetodikk til å jobbe med avvik. Blant de andre informantene som ble intervjuet kom det ganske tidlig frem at svært få har aktivert eller testet automatikkfunksjonen som kunstig intelligens programmene innenfor bilagshåndtering bringer. Selv om det er få brukere av teknologien i dag, er det likevel mange av informantene som har troa på teknologien. Mange av informantene snakker veldig positivt om mulighetene, og var spesielt opptatt av å se teknologien utvikle seg til å skape verktøy for innsikt og analyse.

5.3.1 Oppsummering utfordringer og muligheter

Utfordringene og mulighetene indikerer hvor viktig det vil være for regnskapselskapene å optimalisere og omforme etablert forretningspraksis og forretningsmodeller, for å holde seg konkurransedyktige og fremme nytt vekstpotensial (Stief, Eidhoff & Voeth, 2016). I kapittel 2 ble det presentert at muligheter og utfordringer kan deles i fem kategorier: Markedsorienterte, prosessorienterte, teknologiorienterte, produktorienterte, og bedriftsorienterte (Stief, Eidhoff & Voeth, 2016). I tabellen nedenfor er utfordringene og mulighetene som er identifisert i denne oppgaven, plassert i de forskjellige kategoriene. Prismodell og konkurransesituasjonen er markedsorienterte utfordringer. Kompetanse, og tillit og holdninger er bedriftsorienterte utfordringer. Kunstig intelligens er en teknologiorientert mulighet, men kunne også vært plassert under prosessorienterte muligheter da det også påvirker prosesser, arbeidsrutiner og ressursstyring. Tjenesteleveranse og grønt skifte er satt under produktorienterte muligheter. I regnskapsbransjen er det tjenester som selges, så vi kan se på produktorienterte kategorier som tjenesteorienterte kategori i stedet. Konseptet er det samme.

Markedsorientert	Muligheter	Utfordringer
	-	- Prismodell - Konkurransesituasjonen
Prosesorientert	Muligheter	Utfordringer
	-	-
Teknologiorientert	Muligheter	Utfordringer
	- Kunstig intelligens	-
Produktorientert	Muligheter	Utfordringer
	- Tjenesteleveranse - Grønt skifte	-
Bedriftsorientert	Muligheter	Utfordringer
	-	- Kompetanse - Tillit og holdninger

Tabell 7: Oppsummering muligheter og utfordringer

5.4 Regnskapsførers rolle

«Hvordan endres regnskapsførers rolle seg på bakgrunn av ny teknologi?» er forskningsspørsmål nummer 3 i denne oppgaven. En rekke påstander og sitater fra intervjuene ble presentert i kapittel 4, og som vil bli diskutert nærmere i dette delkapittelet.

Det kom frem i dybdeintervjuene at regnskapsbransjen er et yrke med mye tidspress, frister, og overtidsarbeid. Informant E uttrykket at de som jobber med regnskap har mye å gjøre, og alltid noe de gjerne skulle hatt mer tid til å utføre. Informant I uttrykket at regnskapsførere ofte er presset på tid og frister, slik at rådgivning ofte blir nedprioritert. Ny teknologi er med på å automatisere og effektivisere arbeidsoppgaver, særlig innenfor de rutinepreget og repetitive arbeidsoppgavene som tradisjonell bokføring og dokumenthåndtering. Det frigjør tiden til regnskapsførere og er med på å skape nye muligheter.

Tidligere i denne oppgaven har vi sett på hvordan regnskapsselskapene er nødt til og bredde ut sin kompetanse og tjenesteleveranse. Særlig innenfor systemkompetanse og rådgivningstjenester. Bærekraftskompetanse blir også viktig, men som tidligere diskutert i oppgaven er det ikke nødvendig eller hensiktsmessig at en person skal være spesialist innenfor alt.

Regnskapsselskapene må se på sitt utviklingsprogram og rekrutteringsstrategi.

Mange av informantene delte samme oppfatning om at regnskapsførere går fra å være regnskapsførere til regnskapskontrollører og rådgivere. Det er en del årsaker til at regnskapsførere er kvalifiserte til å tilby rådgivning til sine kunder. For det første er regnskapsførere gode på faget sitt, som er regnskap og skatt. For det

andre kommer veldig mange regnskapsførere tett inn på bedrifter og deres økonomi. Regnskapsføreren jobber mange timer i måneden med kundens regnskap, med både avstemminger og rapportering. Regnskapsførere jobber også med kunder i mange forskjellige bransjer, og mange velger ofte å spesialisere seg innenfor bestemte bransjer. Det gjør at regnskapsføreren kjenner kundens virksomhet, regnskap, og bransje svært godt slik at regnskapsføreren kan fungere som en rådgiver.

Arbeidsdeling med kunden i skybaserte systemer gjør at kunden har tilgang til løpende oppdatert regnskap og rapporter. Kunden kan likevel ha manglende forståelse for regnskap og skatt, og her spiller regnskapsføreren en viktig rolle med å oversette regnskapet til kunden og komme med konkrete anbefalinger. Spørsmålet er hva skjer når kunstig intelligens kan oversette regnskapet og komme med konkrete anbefalinger direkte til kunden? Hva skjer da med regnskapsføreren? Vi har tidligere i oppgaven diskutert at lokasjon gir regnskapsselskapene konkurransefortrinn, særlig på grunn av at rådgivning og lokasjon har en sammenheng. En virksomhet i et lokalsamfunn kan ha et samfunnsansvar. Det betyr at virksomheten vil gjøre en del irrasjonelle beslutninger, fordi det er godt for samfunnet de operer i. Kunstig intelligens eller lærende maskiner vil på sin side kun tenke profittmaksimering, skatteoptimalisering, og hvordan utbytte til eierne kan maksimeres. Det er ikke alltid det eierne kanskje ønsker. I en slik situasjon vil dialog mellom eiere og regnskapsføreren være en fordel.

Flere av informantene er tidlig på at digitalisering og automatisering i bransjen ikke er en trussel for deres yrke. De mener at det i stedet vil gi dem gode hjelpeverktøy som dem kan ta i bruk. Det kommer frem at flere synes de tradisjonelle og repetitive oppgavene er kjedelige å jobbe med, og skulle heller likt å bruke tiden på de litt mer spennende rådgivningsoppgavene hvor de kan bruke mer av sin kunnskap og erfaring. Mange regnskapsførere er høyt utdannet folk med masse kompetanse, og den kompetansen får de brukt i liten grad på de tradisjonelle repetitive oppgavene. Avslutningsvis vil jeg legge med følgende sitat fra informant D: *«Unge folk som går ut av en femårig master (...) de går ikke ut der for å sitte og kontere. De skal ut å redde verden, de skal ut å revolusjonere, de skal ut å være forretningsutviklere, rådgivere, de skal hjelpe kunder med å bli*

enda bedre. Og da må de få oppgaver som gir dem muligheten til det, eller så begynner de med noe annet».

5.5 Digitaliseringskanvas

I kapittel 2 ble rammeverket «digitaliseringskanvas» presentert, og i kapittel 4 ble det satt opp en digitaliseringskanvas for regnskapsbransjen basert på funnene som ble gjort fra dybdeintervjuene. I kapittel 5 har forskjellige utfordringer og muligheter blitt diskutert, og i dette delkapittelet vil vi knytte dette opp mot rammeverket til Andersen og Sannes (2018). For å håndtere de forskjellige utfordringene, men også for å lykkes med de forskjellige mulighetene, så er virksomhetet nødt til å kontinuerlig tilpasse sin strategi. Digitaliseringskanvas er et rammeverk utviklet for nettopp dette: *«Teknologisk utvikling vil skape nye digitale verktøy og muligheter, som videre vil muliggjøre og fremtvinge endringer i forretningspraksis, forretningsmodeller og verdisystemer»* (Andersen og Sannes, 2018).

Forretningspraksis handler om hvordan virksomheter praktiserer bruk av digital teknologi i sine prosesser. Automatisering av repetitive og rutinepreget oppgaver krever at etablerte prosesser må endres, og en virksomhet må gå vekk fra tidligere struktur og arbeidsmetodikk. For virksomhetene vil det være et behov for å finne bedre arbeidsrutiner og mer fleksible prosesser. Regnskapsselskaper som prioriterer dette, vil lykkes med digitalisering i sin bedrift og skape konkurransefortrinn. Basert på dataen som ble samlet inn gjennom dybdeintervjuene er det et klart signal på at det er svært forskjellig i hvor stor grad regnskapsselskapene er i gang med dette arbeidet. Ifølge undersøkelsen til Visma (2019) var manglende prioritering, endringskultur hos ledelsen, og kompetansen til teknologiske muligheter en hindring for digitalisering i bedrifter. Tillit og holdninger kom frem som en utfordring fra informantene, og knyttet seg til at regnskapsførere syn det var vanskelig å stole på teknologien og gi slipp på etablerte rutiner. Under mulighetene knyttet til kunstig intelligens i forbindelse med automatisk håndtering av inngående fakturering kom det frem fra dybdeintervjuene at regnskapsselskapene ikke lykkes med bruk av teknologien på grunn av manglende forståelse og vilje til å endre arbeidsmetodikk.

En forretningsmodell handler om hvordan virksomheten tjener penger. Både rammeverket til Andersen og Sannes (2018), men også forskningen til Stief, Eidhoff & Voeth (2016) synliggjør viktigheten av å utvikle forretningsmodellen for å lykkes med digitalisering i bedrifter, og for at bedrifter skal kunne holde seg konkurransedyktige i fremtiden. Automatisering og effektivisering i regnskapsbransjen fører til at det medgår mindre tid for å ferdigstille et regnskap, og i tilknytning til dette kom prismodell frem som en utfordring fra dybdeintervjuene. I denne oppgaven har det blitt diskutert hvordan regnskapsselskapene bør gå fra timespris til fastprismodell for å opprettholde lønnsomhet. I tillegg har det blitt diskutert hvordan regnskapsselskapene bør bredde ut sin tjenesteleveranse, og fokusere mer på rådgivning og merverdi til kunden. Regnskapsselskaper som forstår at forretningsmodell må endres eller utvikles, vil lykkes med digitalisering i sin bedrift og skape konkurransefortrinn.

Verdisystem handler om hvordan arbeidsoppgaver og ansvar fordeles mellom ulike aktører i næringslivet eller offentlige virksomheter. I denne oppgaven ble det diskutert hvordan systemleverandørene inntar en større rolle, ved å tilby sine systemer direkte til sluttbrukeren. Det har medført at det ikke er lenger regnskapsselskaper som eier systemlisensene, men kundene selv. I tillegg kom det fram gjennom dybdeintervjuene at «start-ups» er blant driverne for ny teknologi i bransjen, og har dermed blitt nye aktører i bransjen.

6.0 Avslutning

I denne oppgaven har formålet vært å forske på problemstillingen «*hva er konsekvensene av ny teknologi innenfor regnskapsbransjen?*» Problemstillingen har blitt forsket på fra regnskapsselskaper og regnskapsføreres perspektiv. For å løse problemstillingen har relevant teori blitt redegjort og det ble gjennomført dybdeintervju med aktuelle informanter. Teorien og innsamlet data har skapt grunnlag for diskusjonen i denne oppgaven. I dette kapittelet redegjøres konklusjonen for problemstillingen.

6.1 Konklusjon

De fleste artiklene som omhandler regnskapsbransjen og teknologi skriver ofte om de positive sidene ved teknologien, og i liten grad om mulige negative faktorer, eller de utfordringene regnskapsselskaper og regnskapsførere faktisk står ovenfor i møte med det digitale skiftet. I denne oppgaven har målet vært å kartlegge disse utfordringene. Funnen i denne oppgaven identifiserer prismodell som en utfordring. Regnskapsselskapene har i mange år levd på timesbasert fakturering, men på grunn av økende automatisering og effektivisering må det vurderes å gå over til en fastprismodell. Kompetanse ble lagt frem som en annen utfordring som følge av ny teknologi i regnskapsbransjen. Økt bruk av nye systemer og ny teknologi gjør det viktig å bygge opp systemkompetanse. Automatisering av de repetitive arbeidsoppgavene frigjør tid, derfor må kompetansen breddes ut for å levere på flere tjenesteområder. Konkurransesituasjonen endrer seg i bransjen, og regnskapsselskapene må ta grep for å holde seg konkurransedyktige. I tillegg må både ledelsen og ansatte i regnskapsselskapene skape tillit og endre sin holdning til ny teknologi.

Ny teknologi skaper flere nye spennende muligheter for regnskapsselskapene. Funnene i denne oppgaven identifiserer tjenesteleveranse som en mulighet. Ny teknologi er med på å frigjøre tiden til regnskapsselskapene, og det vil derfor være mulig å tilby flere tjenester for å opprettholde omsetning og lønnsomhet. Relatert til dette ble bærekraftsrapportering lagt frem som et tjenesteområde regnskapsselskapene kan tilby til sine kunder. Andre muligheter som ble identifisert knyttet seg til kunstig intelligens (AI), og hvordan denne teknologien kan bli brukt for innsikt og analyse.

Funnene i denne oppgaven konkluderer at digitalisering og automatisering i bransjen ikke er en trussel for regnskapsføreryrket, og at ny teknologi vil gi regnskapsførerne gode hjelpeverktøy som de kan bruke. Regnskapsførers rolle endrer seg til å bli mer en kontrollør og rådgiver.

For regnskapsselskapene vil det i tiden fremover være svært avgjørende å jobbe med forretningsstrategi for å lykkes med digitalisering. Ny teknologi vil føre til endringer i prosesser og tjenester, og det vil lede til en endring av forretningsmodeller. Regnskapsselskapene er nødt til å tilpasse, eller fundamentalt endre sin forretningsmodell for å kunne holde seg konkurransedyktig. For regnskapsføreren handler det om å redefinere sin rolle, og finne sin plass i det digitale skiftet. At regnskapsføreryrket vil forsvinne på grunn av digitalisering er en påstand som kan legges død.

6.2 Svakheter med oppgaven

Denne oppgaven er skrevet som en masteroppgave, og det setter en tidsbegrensning for oppgaven. På grunn av tid og ressurser har det derfor vært behov for å sette noen avgrensninger. Blant annet gjelder det antall informanter som ble intervjuet. Av de ti informantene som deltok var det kun seks av de som jobbet i regnskapsselskaper. Utvalget av antall informanter kunne ha vært utvidet. I tillegg er utvalget begrenset geografisk til Oslo og Romerike.

Teknologi medbringer flere muligheter og utfordringer enn de som har blitt identifisert og diskutert i denne oppgaven. I tillegg kunne det ha vært mulig å gå enda mer i dybden rundt regnskapsførers rolle. Hovedkilden for innsamling av data har vært mennesker, og dermed en risiko for at svarene kan være preget av personlige meninger, og informantene kan ha svart det de tror jeg ville høre. Det har blitt tatt i betraktning når dataen har blitt analysert og diskutert, men det er allikevel en viss risiko for at det allikevel foreligger avvik.

6.3 Videre forskning

Avslutningsvis ønsker jeg å komme med forslag til videre forskning rundt temaet ny teknologi i regnskapsbransjen. Problemstillingen i denne oppgaven har blitt forsket på fra regnskapsselskaper og regnskapsføreres perspektiv. Det kan være

interessant å forske på dette teamet fra kunden (sluttbrukeren) sitt perspektiv. Gjennom forskningen har det blitt identifisert flere utfordringer og muligheter, som i seg selv kan være svært interessante områder å forske på. I tillegg vil et annet interessant tema være å forske på hvordan regnskapsselskapene kan lykkes med endring av sin forretningsstrategi.

Litteraturliste

Aider. (2023). HR og personaltjenester. Tilgjengelig via:

<https://aider.no/tjenester/regnskap/hr-og-personal/>

Ali, Nasr, Geith (2016) Benefits and challenges of cloud ERP systems – A systematic literature review. Future Computing and Informatics Journal, 1(1-2), 1-9.

Andersen, Sannes. (2018). Er du klar for digitalisering? Praktisk økonomi og finans, 34(3), 196-213.

Andersen, Sannes. (2018). Hva er digitalisering? Magma, 20(6), 18-24.

Andenæs, Tvedt (2023). Blogg: Bærekraftsrapportering er styrets ansvar.

Tilgjengelig via: <https://www.bdo.no/nb-no/bloggen/b%C3%A6rekraftsrapportering-er-styrets-ansvar>

BDO. (2023). CFO-Støtte. Tilgjengelig via: <https://www.bdo.no/nb-no/karriere/utforsk-vare-tjenesteomrader/business-services/cfo-stotte>

Bjørn Henning Grandal. (2023). Action i regnskap. Kapital.no. Tilgjengelig via: <https://www.kapital.no/reportasjer/naeringsliv/2023/03/24/7993784/de-sma-og-mellomstore-regnskapsbyraene-dominerer-fortsatt-regnskapsbransjen.-na-dukker-det-imidlertid-opp-flere-store-og-vekstkate-aktorer-som-har-skyhoye-vekstambisjoner>.

Bye, Næsheim. (2016). Drivkrefter bak endringer i yrkesstrukturen. Økonomiske analyser, 4, 45-52. Tilgjengelig via: https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/artikler-og-publikasjoner/_attachment/278298?_ts=15724bf6ab8

Ceylana, Koseb, Aydin. (2014). Value-based pricing: A research on service sector using Van Westendorp price sensitivity scale. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 148, 1-6.

Digitaliseringsdirektoratet. (2023). Tilgjengelig via:

<https://www.digdir.no/standarder/ehf-elektronisk-handelsformat/1678>

Hans Christian Ellefsen. (2022). Hvor langt kan kunstig intelligens gå?

Tilgjengelig via: <https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/teknologi2/hvor-langt-kan-kunstig-intelligens-ga/>

- Finanstilsynet. (2023). Regnskapsfører. Tilgjengelig via:
<https://www.finanstilsynet.no/konsesjon/regnskapsforer/#Hvordanf%C3%A5godkjenningsomstatsautorisertregnskapsf%C3%B8rer>
- Finanstilsynet. (2023). Virksomhet i Norge med konsesjon. Tilgjengelig via:
<https://www.finanstilsynet.no/virksomhetsregisteret/rapporter/?t=95d8d977-8a0d-4c63-af5d-e09aabfd4c5f>
- Geir Sandvik. (2019). API – Hverdagshelten få kjenner. Regnskap Norge.
- Ghauri, Grønhaug. (2010). Research methods in business studies. 4. Utgave. Financial Times Prentice Hall.
- Gustavsen, Baksaas, Nesbakk. (2019). Trender og utfordringer i regnskap og revisjon. 1. Utgave. Fagbokforlaget.
- Johannessen, Kristoffersen, Tuft. (2021). Samfunnsvitenskapelig Metode. 6. Utgave. Abstrakt Forlag AS.
- Khanom, T. (2017) Cloud accounting: A theoretical overview. IOSR Journal of Business and Management, 19(6), 31-38.
- Krogstie. (2017). Kunstig intelligens (AI). Teknologien endrer samfunnet. 43-52. Fagbokforlaget.
- Osmundsen, Iden. (2019), Robotisert prosessautomatisering i DFØ. Magma, 51-57.
- Unruh, Kiron. (2017). Digital transformation on purpose. MIT Sloan Management Review. <https://sloanreview.mit.edu/article/digital-transformation-on-purpose/>
- Pajarinen, Rouvinen, Ekeland. (2015). Computerization and the future of jobs in Norway. Rapport utarbeidet for NOU 2015:8.
- Regjeringen. (2021). Det grønne skiftet. Tilgjengelig via:
<https://www.regjeringen.no/no/tema/klima-og-miljo/innsiktsartikler-klima-miljo/det-gronne-skiftet/id2879075/>
- Regjeringen. (2023). Bærekraftsrapportering for foretak. Tilgjengelig via:
<https://www.regjeringen.no/no/sub/eos-notatbasen/notatene/2022/juni/barekraftsrapportering-for-bedrifter/id2918224/>

- Regjeringen. (2020). FNs bærekraftsmål. Tilgjengelig via:
https://www.regjeringen.no/no/tema/utenrikssaker/utviklingssamarbeid/sdg_oversikt/id2505654/
- Regjeringen. (2023). Nasjonal strategi for kunstig intelligens. Tilgjengelig via:
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nasjonal-strategi-for-kunstig-intelligens/id2685594/?ch=3>
- Regjeringen. (2023). NOU 2023:15. Tilgjengelig via:
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2023-15/id2977731/>
- Regnskap Norge. (2023). Bærekraftsrapportering. Tilgjengelig via:
<https://www.regnskapnorge.no/naeringspolitikk/barekraft/barekraftsrapportering/>
- Regnskap Norge. (2023). Fakta om regnskapsbransjen. Tilgjengelig via:
https://www.regnskapnorge.no/om-oss/bransjeutvikling/#Utvikling_bransjeomsetning
- Regnskap Norge. (2022). Hva er Regnskap Norge og hva gjør vi. Tilgjengelig via:
<https://www.regnskapnorge.no/om-oss/hva-er-regnskap-norge-og-hva-gjor-vi/>
- Regnskap Norge. (2016). Prismodeller. Tilgjengelig via:
https://www.regnskapnorge.no/akademiet/kurs/forretningsutvikling2/forretningsutvikling_hjelp/kundedrevet-tjenesteinnovasjon/prismodeller/
- Regnskap Norge. (2021). Årsmelding 2021. Tilgjengelig via:
<https://www.regnskapnorge.no/contentassets/91915bbb4fab4ff6a6736d6320866463/rn-aarsmelding-2021.pdf>
- Saunders, Lewis, Thornhill. (2019). Research Methods for Business Students. 8. Utgave. Pearson Education Limited.
- Smith S. (2018). Digitization and Financial Reporting – How technology innovation may drive the shift toward continuous accounting. Accounting and Finance Research, 7(3), 240-250.
- Stief, Eidhoff, Voeth. (2016) Transform to Succeed: An Empirical Analysis of Digital Transformation in Firms. 10(6), 1833-1842.
- Visma. (2019). Digital Index. En undersøkelse om digital modenhet i norske bedrifter. Tilgjengelig via:

https://www.visma.no/contentassets/3801e8ca1c2d401db9b7ac1c46f0bcfc/digital_index_2019.pdf

Lover og forskrifter:

Lov om regnskapsførere (Regnskapsførerloven) av 01.01.2023

Lov om bokføring (Bokføringsloven) av 01.01.2005

Vedlegg

Vedlegg nr. 1 Intervjuguide

Introduksjon

- Fortelle om meg selv og oppgaven/problemstillingen
- Informere om muligheten for å være anonym
- Be om tillatelse for lydopptak

Del 1: Bakgrunn

1. Vil du fortelle litt kort om deg selv? Hvem du er, og hva du jobber med?
2. Hvilken rolle har du i dag / arbeidsoppgaver / ansvar?
3. Vil du fortelle litt om din bakgrunn/utdannelse og tidligere arbeidserfaring?
4. Vil du fortelle litt om selskapet?

Del 2: Historisk

5. Hvilke digitale endringer har det vært i regnskapsbransjen de siste 2-3 årene?
6. Hvilke digitale endringer har det vært i regnskapsbransjen de siste 5-10 årene?
7. Har du opplevd endringene positivt eller negativt?
8. Har ny teknologi bidratt til økt kvalitet?
9. Hva er konsekvensene av ny teknologi innenfor regnskapsbransjen?
10. Hva har vært utfordringene med ny teknologi innenfor regnskapsbransjen?
11. Hvordan forholder Regnskapsselskaper seg til ny teknologi og implementering av dette?
12. Hvilke effekter har ny teknologi hatt for Regnskapsselskaper?
13. Hvilke ny typer teknologi er tatt i bruk?
14. Hvem er driverne for ny teknologi i bransjen?

Del 3: Fremtiden

15. Er du kjent med noe ny teknologi som er på vei?
16. Hvor tror du regnskapsbransjen er om 5-10 år?
17. Hvilke regnskapsprosesser kan bli digitalisert?
18. Ser du noen ulemper og utfordringer med ny teknologi?

19. Hvordan endres regnskapsførers rolle seg på bakgrunn av ny teknologi?
20. Hvilke utfordringer står Regnskapsselskaper ovenfor på bakgrunn av ny teknologi?
21. Hvilke muligheter skaper ny teknologi for Regnskapsselskaper?
22. Ser du noen risikoer ved ny teknologi? Eventuelt risiko som kan reduseres med ny teknologi?

Del 4: Avslutning

23. Er det noe annet du ønsker å legge til?
24. Går det fint om jeg kontakter deg pr e-post for oppfølgingsspørsmål?

Takke informant for deltakelse

Vedlegg nr. 2 Godkjenning fra NSD

Vurdering av behandling av personopplysninger

Referansenummer
147737

Vurderingstype
Standard

Dato
21.11.2023

Tittel

Masteroppgave - Hvilke konsekvenser har ny teknologi for regnskapbransjen?

Behandlingsansvarlig institusjon

Handelshøyskolen BI / BI Oslo / Institutt for regnskap, revisjon og foretaksøkonomi

Prosjektansvarlig

Roy Kristen Kristensen

Student

Karan Singh

Prosjektperiode

10.01.2023 - 01.12.2023

Kategorier personopplysninger

Alminnelige

Lovlig grunnlag

Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 30.06.2024.

[Meldeskjema](#)

Kommentar

OM VURDERINGEN

Sikt har en avtale med institusjonen du forsker eller studerer ved. Denne avtalen innebærer at vi skal gi deg råd slik at behandlingen av personopplysninger i prosjektet ditt er lovlig etter personvernregelverket. Vi har nå vurdert at du har lovlig grunnlag til å behandle personopplysningene.

DELE PROSJEKTET MED PROSJEKTANSVARLIG

Du må dele prosjektet med prosjektansvarlig. Velg "Del prosjekt" øverst i meldeskjemaet. Hvis prosjektansvarlig ikke godtar invitasjonen innen én uke, må du sende en ny invitasjon.

FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

Det er institusjonen du er ansatt/student ved som avgjør hvordan du må lagre og sikre data i ditt prosjekt og hvilke databehandlere du kan bruke. Husk å bruke leverandører som din institusjon har avtale med (f.eks. ved skylagring, nettspørreskjema, videosamtale el.).

Personverntjenester legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1. f) og sikkerhet (art. 32).

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til oss ved å oppdatere meldeskjemaet. Se våre nettsider om hvilke endringer du må melde: <https://sikt.no/melde-endringer-i-meldeskjema>

OPPFØLGING AV PROSJEKTET

Vi vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Lykke til med prosjektet!

Vil du delta i forskningsprosjektet: Masteroppgave – Hvilke konsekvenser har ny teknologi for regnskapsbransjen?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke konsekvensene av ny teknologi i regnskapsbransjen. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Masteroppgave.

jeg utformet følgende problemstilling:

«Hva er konsekvensene av ny teknologi innenfor regnskapsbransjen?»

For å besvare problemstillingen er det formulert tre forskningsspørsmål.

1. *Hvilke utfordringer står regnskapsselskaper ovenfor på bakgrunn av ny teknologi?*
2. *Hvilke muligheter skaper ny teknologi for regnskapsselskaper?*
3. *Hvordan endres regnskapsførers rolle seg på bakgrunn av ny teknologi?*

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Handelshøyskolen BI

BI Oslo / Institutt for regnskap, revisjon og foretaksøkonomi

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Utvalget er funnet frem gjennom egen research, råd og tips fra kollegaer og veileder, bruk av nettverket. Utvalget ble kontaktet pr epost og telefon. Relevante personer innenfor regnskapsbransjen i Norge, som besitter kunnskap og erfaringen i forhold til forskningens problemstilling og forskningsspørsmål.

Hva innebærer det for deg å delta?

Valget mellom personlig intervju eller digitalt over Teams/Zoom. Du vil bli holdt anonym i oppgaven.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

Kun jeg som student vil ha tilgang til personopplysningene. Ved forespørsel vil de bli delt med veileder eller sensur fra BI.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Prosjektet vil etter planen avsluttes 1. desember. Personopplysningene vil bli slettet ved godkjenning av oppgaven fra BI, eventuelt uansett senest 30.06.2024.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra handelshøyskolen BI, OSLO, har Sikt – Kunnskapssektorens tjenesteleverandør vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å vite mer om eller benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

Veileder: Roy Kristen Kristensen (Høyskole lektor, Handelshøyskolen BI), epost: roy.k.kristensen@bi.no. Eller Student Karan Singh på epost karan.singh@live.no, eller tlf 45888020.

Hvis du har spørsmål knyttet til vurderingen som er gjort av personverntjenestene fra Sikt, kan du ta kontakt via:

- Epost: personverntjenester@sikt.no eller telefon: 73 98 40 40.

Med vennlig hilsen

Roy Kristen Kristensen
(Veileder)

Karan Singh
(Student)

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

å delta i et intervju.

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)